VOGUE NIPPON

www.vogue

ォーグ ニッポン11月号増刊
刊10周年 アニバーサリー
ンクターズ エディション
1000

慧图网
vimeet
蝴图网
hudie.com

N°5

« Night train »

CHANEL

慧美网
vimee.net
蝴蝶网
hudie.com

N°5
CHANEL
PARIS
PARFUM
蝴蝶网
hudie.com
慧美网
vimee.net
G.N

蝴蝶网
hudie.com
慧美网
vimee.net

蝴蝶网
hudie.com
慧美网
vimee.net

蝴蝶网
hudie.com
慧美网
vimee.net

慧美网
vimee.net
蝴蝶网
hudie.com

蝴蝶网
hudie.com
慧美网
vimee.net

慧美网
vimee.net
蝴蝶网
hudie.com

蝴蝶网
hudie.com
急美网
vimeo.net

慧美网
vimee.net
蝴蝶网
hudie.com

蝴蝶网
hudie.com
慧美网
vimee.net

j'adore

Dior

慧美网
vimee.net
蝴蝶网

蝴蝶网
hudie.com
慧美网
vimee.net

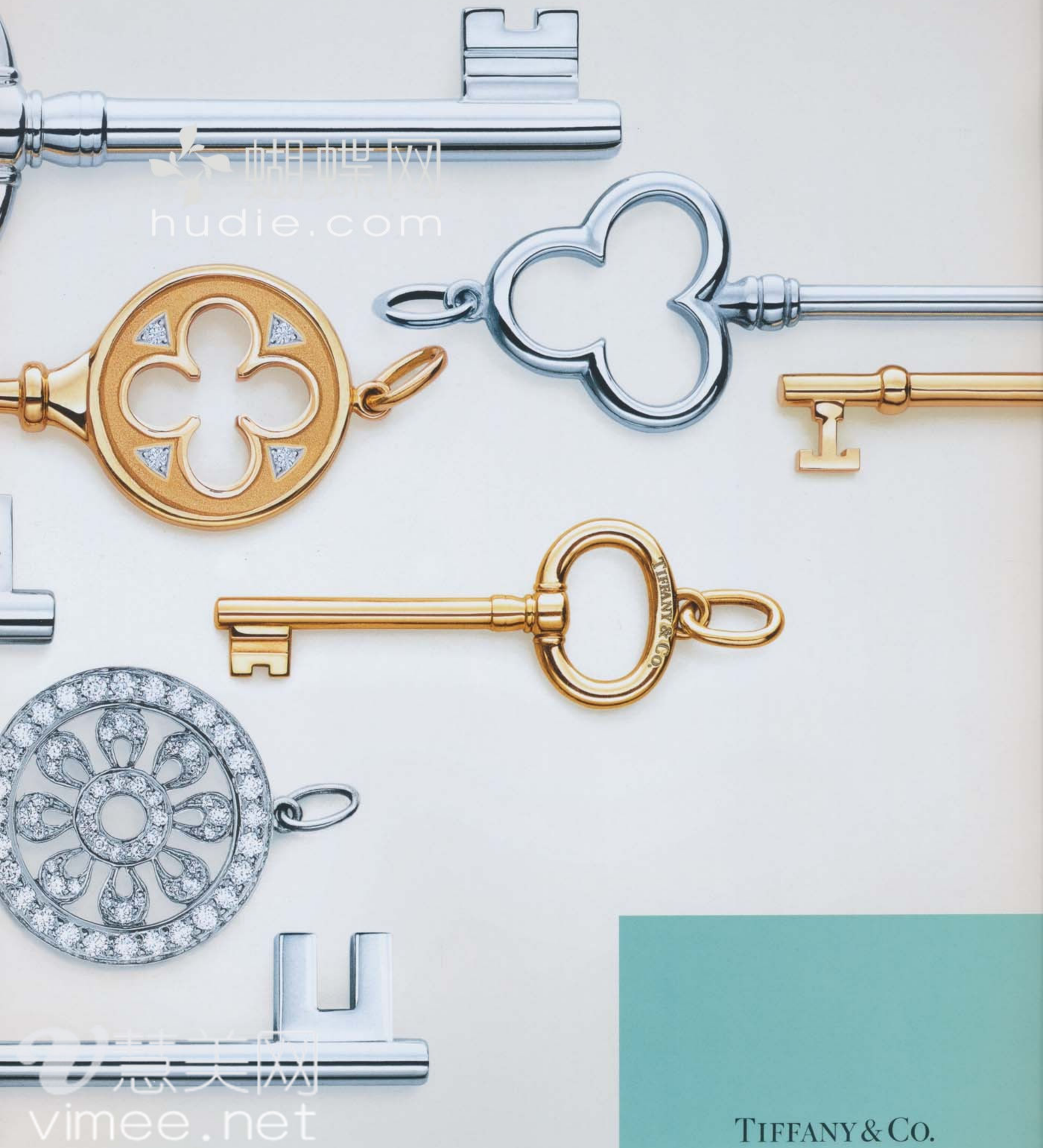
慧美网
vimee.net
蝴蝶网
hudie.com

v慧美网
vimee.net
蝴蝶网
hudie.com

慧美网
vimee.net
蝴蝶网
hudie.com

FENDI

慧美网
vimee.net
蝴蝶网
hudie.com



蝴蝶网
hudie.com
创意天网
vimee.net

TIFFANY & CO.

©T&CO. 2009

ティファニーの鍵で、
扉はひらく。

心ときめく期待。
知らなかった世界。
未知への冒険。
ささやかれてきた愛。
真実の答え。
守られてきた秘密。

TIFFANY KEYS

蝴蝶网
hudie.com
慧美网
vimee.net

容液の新しい可能性があります。

蝴蝶网
nudie.com

New. Advanced Night Repair

新 アドバンス ナイト リペア

変わらない美しさへ。次世代美容液 誕生。

私たちの最高の処方がさらに進化。

美容液を通して長年変わらない美しさを届けてきた
「アドバンス ナイト リペア」。エスティ ローダーの25年にわたる研究から
生まれたクロノラックス™ テクノロジー*で、新たな道を切り開きます。

すべての女性のための美容液。

紫外線、タバコの煙、大気汚染など、悪化する肌環境と多様なストレスと
日々闘う、いまを生きる肌に。新 アドバンス ナイト リペアは、
毎日お使いいただくことで、乾燥など環境によるダメージから肌を守り、
ハリとうるおいを与えます。若々しく健康的な肌へ。
その一歩をサポートします。

それは、未来のテクノロジー。いま、あなたの肌に。

新製品

アドバンス ナイト リペア SR コンプレックス
30mL 8,000円（税込 8,400円）／ 50mL 12,500円（税込 13,125円）

その実感をあなたの肌で。いますぐサンプルでお確かめください。

お近くの有名百貨店エスティローダー コーナーに、ぜひ、お立ち寄りください。
数に限りがございますので、品切れの際はご了承ください。

＊アミノ酸の一種が配合されたテクノロジー

新 アドバンス ナイト リペアのキャンペーン情報はこちら
オフィシャルサイト ► esteelauder.co.jp/anr/
モバイルサイト ► estee.jp/anr/

慧美网
vimee.net

ESTEE LAUDER

お近くの有名百貨店エスティローダー コーナーへ。お問い合わせはTEL03-5251-3386まで。表示価格は希望小売価格です。

慧美网
vimee.net
蝴蝶网
hudie.com

蝴蝶网
hudie.com
唯美网
vimee.net

蝴蝶网
hudie.com
慧美网
vimee.net

蝴蝶网
hudie.com
慧美网
vimee.net

Caperino & Peperone
by Kuntzel + Deygas
Contact: Steady Study
www.caperinopeperone.com

VOG
10
Annive
Collector's

08年10月号

Index

037 **Editor's Letter**
Vogue is Vogue　VOGUEは変わっちゃいけません、明日からも。

10 years of "Vogue"

041 "Tokyo Street Fashion"　東京ストリート・スタイル
043 "Bags & Shoes"　バッグ&シューズ
045 "Tokyo Beauty"　トウキョウの美
047 "Fashion Snaps"　おしゃれスナップ
051 "Power for Celebrities"　ファッションとセレブリティ
059 "Japanese Art"　ジャパニーズ・アート
061 "Architecture"　建築
063 "Restaurants"　レストラン

065 **My Favorite Things**
ヴォーグ・エディター全員集合!「私が選ぶ、思い出の特集」。

070 **Birthday Voices**
記念号に寄せて。愛が詰まった118通のメッセージ。

081 **Vogue Archive Museum**
トップ・フォトグラファーが自ら選んだ、撮りおろしのアーカイヴビジュアル。

111 **What Is Vogue????**
あなたは「VOGUE」をどこまで知っていますか

115 **Vogue Cover Girls**
ヴォーグのカバーは時代の顔。10年間のカバーガールたち、すべてお見せします!

慧美网 vimee.net
蝴蝶网 hudie.com

蝴蝶网
hudie.com
慧美网
vimee.net

蝴蝶网
hudie.com

VOGUE
10
Anniversa
Collector's E

128 **Women of the Year & Decade 2009**
瞬間のきらめきと成熟する輝き。VOGUE WOMENが美しいのは、その両方を宿しているから!

142 **Anniversary Gifts**
夢の企画が実現! 総額1,300万円超えの豪華アイテム、すべて差し上げます。

154 **The Essence of Style** スタイルは永遠に。

166 **A Gem Energy** ジュエリーの生命力。

175 **Beauty**
176 **Magic Formula** 10年変わらないコスメ。
178 **Fearless Decades** 今後10年間に、私たちがすべきこと。

198 **Self Control**
10周年に寄せて——ファッションは、アートだ。アートは、個の確立なのだ。

209 **What it Means to be "Vogue"**
"ヴォーグイズム"とは? そして、"ヴォーグな女"とは?

214 **Eastern Promise Western Dreams**
日本オリジナルの素材とデザイナーが夢のコラボ! 世界にたった1つのアイテムをあなたに。

218 **Shop List**

美图网
vimee.net

蝴蝶网
hudie.com

ISETAN？ ISETAN！

過去の成功や経験で、話さない。考えない。
そうすれば、予測できない明日は、むしろ待ち遠しい。
私って、こう。そんな思い込みを、脱ぎ去ろう。
勇気がいるけれど、でもそれが、私。
変わる。それが、変わらない、変えてはいけない。

私？ 私は、ISETAN！
2009年のあなたに、つぶやかせたい。
まさか、ISETAN？

慧美网
vimee.net

蝴蝶网
hudie.com

VOGUE NIPPON

編集長
渡辺 三津子

インターナショナル・ファッション・ディレクター: ジーン・クレール

ファッション・ディレクターアット・ラージ／クリエイティブ・コンサルタント: アンナ・デッロ・ルッソ
アソシエイト・ファッション・ディレクター: ジョージ・コルティナ
ファッション・マーケット・ディレクター: 増田 さをり

ファッション・アクセサリー・ディレクター: 松山 ユキ

インターナショナル・ビューティ・ディレクター: キャッシー・フィリップス
ビューティ・ディレクター: 麻生 綾

インターナショナル・プロダクション・ディレクター: アンディー・ウェラン

ファッション／ファッション・アクセサリー
ファッション・アクセサリー・エディター: 大沢 京子
ファッション・アシスタント: 杉山 祐衣、永島 歩美

ミラノ オフィス
シニア・ファッション・エディター: シシィ・ヴィアン
ファッション・アシスタント: オーロラ・サンソーネ、ビビアナ・ボルピチェラ

コンサルティング・アート・ディレクター: リカルド・ルイーニ

ファッション・フィーチャー
シニア・ファッション・フィーチャー・エディター: 橋田 真木
ファッション・フィーチャー・エディター: 廣瀬 純子、中村 真由美、荒井 現
松本 野花、浜野 静恵
ファッション・フィーチャー・エディター／ニューヨーク: ジェニファー・バーク
コントリビューティング・ファッション・フィーチャー・エディター: 林 路美代、石田 潤
ファッション・フィーチャー・アシスタント: 辻 富由子、鈴木 知子、東野 由佳

ビューティ
ビューティ・エディター: 村松 杏子
コントリビューティング・ビューティ・エディター: 高見沢 里子
栗原 緑、猪狩 幸子

フィーチャー
エグゼクティブ・フィーチャー・エディター: 飯田 美穂子

コントリビューティング・エディター
サラ・モーア、マルコ・マティシク

デザイン
アート・ディレクター: 藤本 やすし
デザイナー: 小松 和好、山口 晴子
山下 大助、濱中 茂治、刈田 千絵
嶋田 典彦、吉田 憲司、木村 奈緒子

フォトグラフィー&シンジケーション
マネジャー: 中川 玲奈
スタッフ: 岸本 多由、石井 友佳子、セドリック・ディラドリアン

エディトリアル・ビジネス・マネジメント
シニア・マネジャー: 金澤 孝行
スタッフ: 松田 裕子

プロダクション
マネジャー: 髙橋 洋之
スタッフ: 半澤 育美、吉川 あゆか

広告
次長: 平石 敬晴
スタッフ: 渡辺 紀子、河田 絵理
吉川 美紀子、田中 大輔
スタッフ・国際広告: 渡辺 紀子
広告管理: 三上 真理子
広告進行: 柴 亜実、梅澤 佐織

マーケティング
シニア・マーケティング・マネジャー: 深田 菜々子
マーケティング・エグゼクティブ: 日高 邦彦、猪股 美帆、田中 ちひろ
マーケティング・アシスタント: 平大路 麻由

販売
ディレクター: [illegible]
マネジャー: 安田 [illegible]
スタッフ: 滝口 [illegible]、[illegible] 有果
販売管理: 北島 美香

ウェブサイト
カントリー・マネジャー: 堀田 淳子
プロダクト・デベロップメント・マネジャー: アンドレア・リュウタ・オリモト
シニア・ウェブ・エディター: 田尻 梢
シニア・セールス・マネジャー: 永野 浩美
セールス・マネジャー: 西川 恵一
マーケティング・マネジャー: 能村 亜砂子

コンデナスト・パブリケーションズ・ジャパン
代表取締役社長／発行人／エディトリアル・ディレクター
斎藤 和弘
社長秘書: 福田 公子

副社長
北田 淳

副社長

Editor in Chief
Mitsuko Watanabe

International Fashion Director: Gene Krell

Fashion Director at Large / Creative Consultant: Anna Dello Russo
Associate Fashion Director: George Cortina
Fashion Market Director: Saori Masuda

Fashion Accessory Director: Yuki Matsuyama

International Beauty Director: Kathy Phillips
Beauty Director: Aya Aso

International Production Director: Andy Whalen

FASHION / FASHION ACCESSORY
Fashion Accessory Editor: Kyoko Osawa
Fashion Assistants: Yui Sugiyama, Ayumi Nagashima

MILAN OFFICE
Senior Fashion Editor: Sissy Vian
Fashion Assistants: Aurora Sansone, Viviana Volpicella

Consulting Art Director: Riccardo Ruini

FASHION FEATURES
Senior Fashion Features Editor: Maki Hashida
Fashion Features Editors: Junko Hirose, Mayumi Nakamura, Gen Arai
Yaka Matsumoto, Shizue Hamano
Fashion Features Editor, New York: Jennifer Berk
Contributing Fashion Features Editors: Romiyo Hayashi, Jun Ishida
Fashion Features Assistants: Fuyuko Tsuji, Tomoko Suzuki, Yuka Tsukano

BEAUTY
Beauty Editor: Kyoko Muramatsu
Contributing Beauty Editors: Satoko Takamizawa,
Midori Kurihara, Sachiko Igari

FEATURES
Executive Features Editor: Mihoko Iida

CONTRIBUTING EDITORS
Sarah Mower, Marko Matysik

ART
Art Director: Yasushi Fujimoto
Designers: Kazuyoshi Komatsu, Haruko Yamaguchi
Daisuke Yamashita, Shigeharu Hamanaka, Chie Karita
Norihiko Shimada, Kenji Yoshida, Naoko Kimura

PHOTOGRAPHY & SYNDICATION
Manager: Reina Nakagawa
Staff: Tayu Kishimoto, Yukako Ishii, Cedric Diradourian

EDITORIAL BUSINESS MANAGEMENT
Senior Manager: Takayuki Kanazawa
Staff: Yuko Matsuda

PRODUCTION
Manager: Hiroyuki Takahashi
Staff: Ikumi Hanzawa, Ayuka Yoshikawa

ADVERTISING
Senior Advertising Manager: Yoshiharu Hiraishi
Advertising Executives: Noriko Watanabe, Eri Kawada
Mikiko Kikkawa, Daisuke Tanaka
International Sales Executive: Noriko Watanabe
Senior Advertising Administrator: Mariko Mikami
Traffic Coordinators: Ami Shiba, Saori Umezawa

MARKETING
Senior Marketing Manager: Nanako Fukada
Marketing Executives: Kunihiko Hidaka, Miho Inomata, Chihiro Tanaka
Marketing Assistant: Mayu Hiraoji

CIRCULATION
Circulation Director: Kenji Shimodaira
Circulation Manager: Atsushi Yasuda
Circulation Staff: Takako Takiguchi, Yuka Tezuka
Circulation Administrator: Mika Kitajima

WEBSITE
Country Manager: Ritsuko Hotta
Product Development Manager: Andrea Ryuta Orimoto
Senior Web Editor: Kozue Tajiri
Senior Sales Manager: Hiromi Nagano
Sales Manager: Keiichi Nishikawa
Marketing Manager: Asako Nomura

Condé Nast Publications Japan
President /Publisher/ Editorial Director
Kazuhiro Saito
Personal Assistant to the President: Kimiko Fukuda

Vice President, Advertising, Marketing and Circulation
Jun Kitada

Vice President and Finance Director

In the USA: The Condé Nast Publications Inc.
Chairman: S.I. Newhouse, Jr.
President & CEO: Charles H. Townsend
Editorial Director: Thomas J. Wallace

In other countries: Condé Nast International Ltd.
Chairman: Jonathan Newhouse
Vice Presidents: Nicholas Coleridge, Giampaolo Gra
James Woolhouse
Director of Planning: James Woolhouse
Vice President New Markets: Carol Cornuau
Vice President-Editorial Director New Markets: An
Director of Licences & New Business: Natascha vo
Editorial Director New Markets: Alexandra Harnder
President of Asia-Pacific: James Woolhouse
Vice President-Editorial Development, Asia-Pacifi
President Condé Nast International Digital: James

The Condé Nast Group of Magazines includes:

US
Vogue, Architectural Digest, Glamour, Brides, Modern
Self, GQ, Vanity Fair, Gourmet, Bon Appétit, CN Trave
Wired, Lucky, Teen Vogue, The New Yorker,W, Details
Elegant Bride, Golf Digest, Golf World

UK
Vogue, House & Garden, Brides & Setting up Home,
The World of Interiors, GQ, Vanity Fair, CN Traveller,
Condé Nast Johansens, Easy Living, GQ Style, Love,

France
Vogue, Vogue Hommes International, AD, Glamour,
Vogue Collections, GQ

Italy
Vogue, L'Uomo Vogue, Vogue Bambini, Glamour, Vo
Vogue Pelle, Vogue Sposa, AD, Sposabella, CN Trav
Nozze In, Vanity Fair, GQ Style, Wired

Germany
Vogue, GQ, AD, Glamour, GQ Style, Myself

Spain
Vogue, GQ, Vogue Novias, Vogue Niños, Sposabella,
Vogue Colecciones, Vogue Belleza, Glamour, Vogue
Vogue Complementos, Sposabella Portugal, AD, Van

Japan
Vogue, GQ, Vogue Hommes

Taiwan
Vogue, GQ

Russia
Vogue, GQ, AD, Glamour, GQ Style, Tatler

Mexico and Latin America
Vogue Mexico and Latin America, Glamour Mexico a
AD Mexico, GQ Mexico

India
Vogue, GQ

Published under License:

Australia
Published by News Magazines: Vogue, Vogue Living,
Vogue Entertaining + Travel, GQ

Brazil
Published by Carta Editorial Ltda: Vogue, Casa Vogu
Homem Vogue, RG Vogue

Bulgaria
Published by Liberis Media Group S.A., Bulgaria: Gla

China
Published under copyright cooperation by China Pic
Published by IDG: Modern Bride
Published under copyright cooperation by Women o
Published under copyright cooperation by China Ne

Greece
Published by Liberis Publications S.A.: Vogue, Glam
House & Garden, CN Traveller

Hungary
Published by Axel Springer-Budapest Kiadói Kft.: Gl

Korea
Published by Doosan Magazine: Vogue, GQ, Vogue

Poland
Published by G + J Media Sp. z o. o.: Glamour

Portugal
Published by Edirevistas Sociedade Editorial S.A.: V

vinsa.net

慧美网
vimee.net
蝴蝶网
hudie.com

蝴蝶网
hudie.com

258578

慧美网
vimee.net

蝴蝶网
hudie.com
慧美网
vimee.net

慧美网
vimee.net
蝴蝶网
hudie.com

蝴蝶网
hudie.com
慧美网
vimee.net

Editor's Letter

Vogue is Vogue

VOGUEは変わっちゃいけません、明日からも。

Text: Mitsuko Watanabe

ヴォーグ ニッポンが創刊された1999年、私は別の雑誌編集部にいました。ですので、創刊時のことは体験していませんが、フッション&出版業界も一般の人々も含め、あの「VOGUE」が「NIPPON」でどんな形になるのかいろいろな意味で熱く見守っていたのを記憶しています。「どうせうまくいかない」「日本には今さらヴォーグは必要ない」という声も聞きました。それだけ、世界の最先端でハイファッションと究極のラグジュアリーを追求する「VOGUE」という名の持つ存在感が大きく、“非現実的”と受け取られることもあったのでしょう。創刊から1年過ぎた頃、私はヴォーグに参加しました。それからこの10周年を迎えるまで、日々の細かい仕事に追われながらも、心のどこかではいつも、「VOGUE」とは、そしてファッションとは、という大きな命題を問い続ける日々だったような気がします。

実を言うと、30代の半ばまで自分がファッション誌の仕事を続けていくことに漠然とした落ち着かなさを感じていました。モード誌で取り上げる服のメインは海外ブランドのものですし、トレンドも、素敵なビジュアルもトップモデルも、ほとんどが海の向こう側……。ファッションの消費では世界有数、でもファッション界の中心からははるか極東の地、そんな日本でできることって何なのだろうと、つい大上段に考えてしまうのでした。

しかし、ヴォーグは私のそんな曖昧な気持ちを放っておいてはくれませんでした。世界レベルで認められるファッションビジュアルを作り続けること、そして、日本の読者も喜ぶ誌面を作ること。そんな雑誌はいらない？と真正面から問いを迫られる。答えは簡単でした。「いる」。私自身がそれを欲しいと思うのですから、「いる」のです。とても難しいことだとしても。悩みの答えは、案外シンプルに突然訪れるものです。

でも、その後の日々はシンプルではありえません。海外のクリエイターたちと向き合うときに必要なのは、ヴォーグが目指すべきクオリティへの絶対的な共感です。他の部分での妥協や葛藤はもちろん生まれますが、クオリティへの共通意識なくしては何も始まりません。

化が表れたことも確かです。従来の「フジヤマ、ゲイシャ」的なイメージではなく、現代のサブカルチャーやストリートファッション、アートなどに多くのデザイナーや写真家、クリエイターたちが熱い視線を向け、日本に来ては興奮して目を輝かせ、それを自身の作品のインスピレーションとする状況が起こりました。私たちは世界一の「ファッション消費者」として、誰よりもファッションを愛し、楽しみ、耽溺する、その自由な振る舞いや気概が、どこの国にもないエネルギーとスタイルを生んだといえるでしょう。

そんな状況の変化も無意識のうちに感じながら、私たちは日々、世界レベルのビジュアルイメージ作りに取り組み、かつ、海外の人々も驚くような日本オリジナルの雑誌作りを目指してきました。10年の歳月をかけ、それはある実を結び花開いたのではないか、と感じています。「VOGUE」と「NIPPON」が、時には華やかに、時にはカワイく、時にはクールに、エキサイティングに結びついていると感じていただけたら嬉しいです。今、時代は困難な状況に沈み込んでいます。こんな時代にどんな夢や美を表現していくことができるのか、とも考えさせられますが、私たちの目指すものは変わりません。変わってはいけないと思っています。

先日、9月10～11日にかけて、東京、NY、パリ、ロンドン、北京など世界の13都市で同時にFashion's Night Outというヴォーグ主催のイベントが開かれました。真夜中までショッピングを楽しむことで、ファッションの楽しさや喜びをもう一度思い出しましょう、と呼びかけたイベントです。USヴォーグ編集長のアナ・ウィンターの発案で、世界を覆うこの不況下でファッションのために私たちが今できることは何なのか、と世界のヴォーグが初めて一体になって取り組んだ試みです。ここに未来を考えるひとつの鍵があるのではないかとも感じます。ヴォーグは雑誌ですが、雑誌の名を超えたその存在感をこの先どう表現し、社会と関わっていけるのか、ということ。このコレクターズエディションは、これまでの10年の思い出のためではなく、そんなこれからの10年に向けて作ったつもりです。美を、驚きを、喜びを、時には遊びを、そして何よりも夢を求

慧美网 vimee.net
蝴蝶网 hudie.com

慧美网
vimee.net
蝴蝶网
hudie.com

蝴蝶网
hudie.com
慧美网
vimee.net

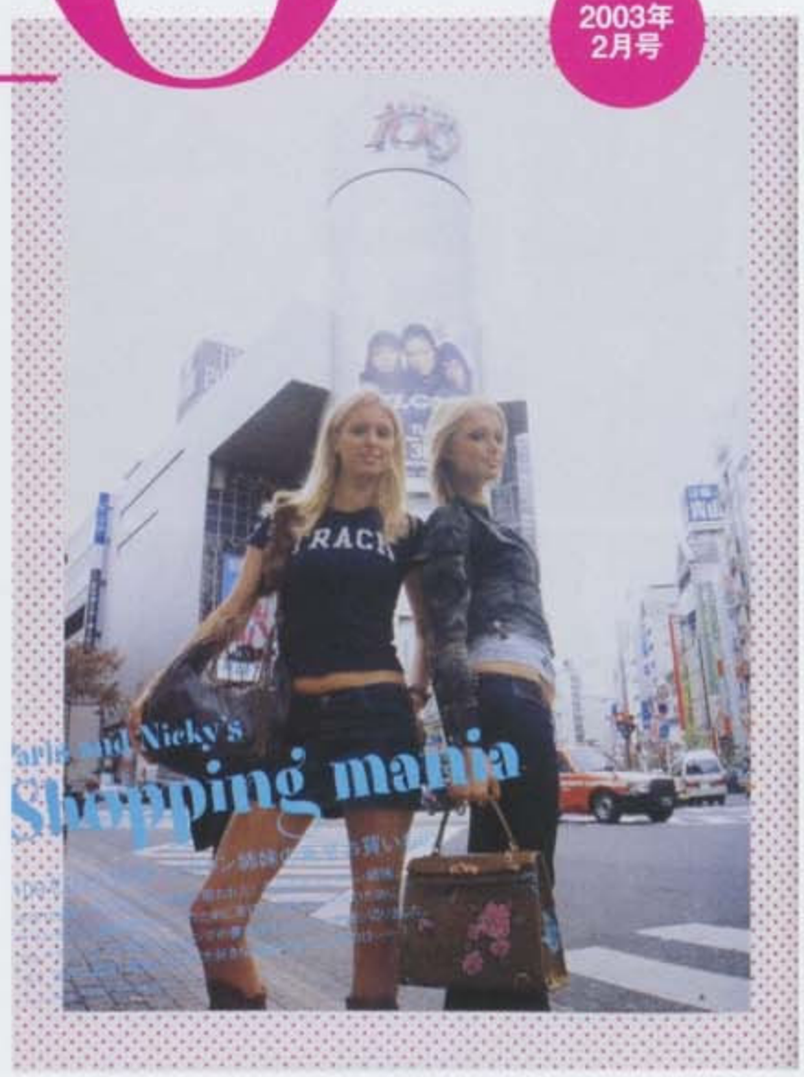
蝴蝶网
hudie.com
慧美网
vimee.net

10 Years of "Tokyo Street Fashion"

ヴォーグ ニッポンこの10年——"東京ストリート・スタイル"

Text: Tiffany Godoy　Editor: Yaka Matsumoto

2003年
2月号



1

1. 海外セレブやデザイナーがこぞって訪れる東京ストリートファッションの殿堂、「109」。03年2月号「Paris and Nicky's Shopping Mania」では、ヒルトン姉妹が殿堂で嵐のショッピングを楽しんだ。2. 04年7月号「Hair Power」では、カリスマ・ヘアスタイリスト、ユージーン・ソレイマンが、東京のヘアシーンを探求。

東京発のストリート・スタイルが、世界のモードシーンを刺激する理由。

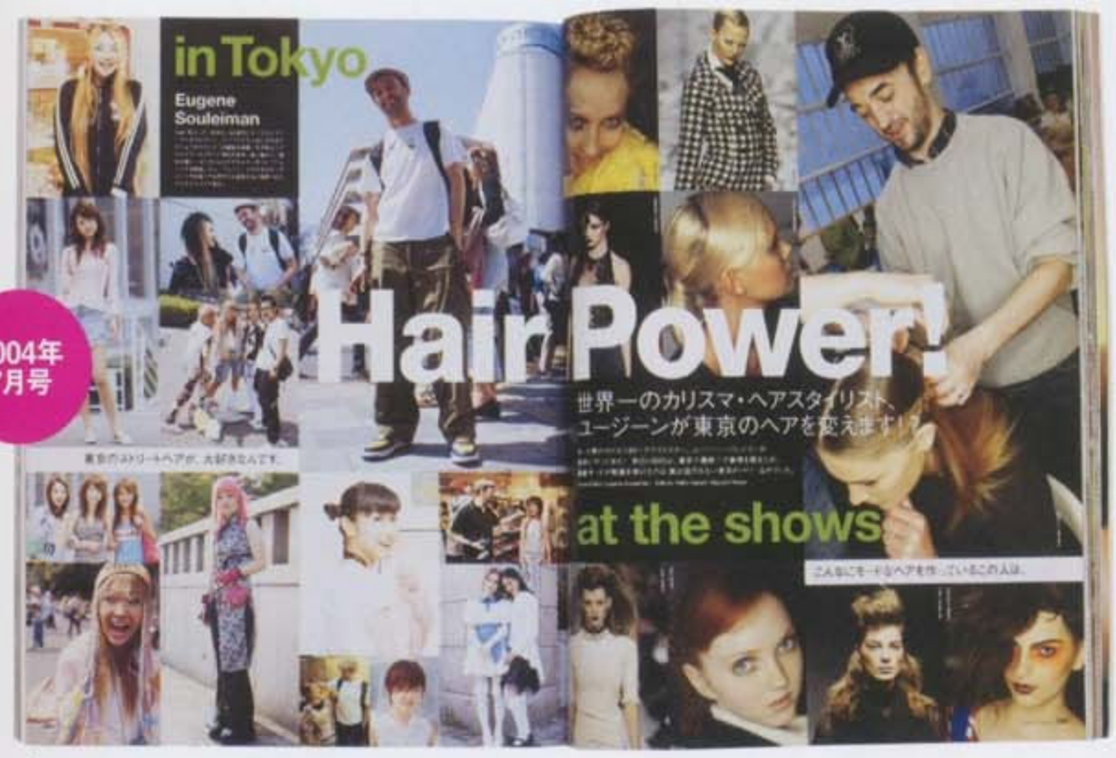
ファッションだけを見れば、東京のストリートは無法地帯と言える——若々しく、エネルギッシュで、身震いするほどのアナーキーさに満ちた場所。欧米のスタイルは輸入され、研究されるが、TPOの掟は無視される。ここ東京では以前から、ランウェイのスタイルもハイ／ローファッションとの対立といったルールなど無視してミックスされてきた。ファッションに敏感な若者たちは国内で培われたインスピレイションだけでなく、外の世界にも目をやり、文脈を一度解体してリミックスしている。そして今度は彼らの装いが、世界中のデザイナーやスタイリスト、エディターを刺激し、東京は世界的なスタイルの震源地となった。英国人の帽子デザイナー、スティーヴン・ジョーンズは以前、私にこう話してくれた。「原宿は若者たちが解放感にあふれ、着るものを通じて自分を表現できる、日本でも数少ない場所なんだよ」と。

多くの日本人には、変化や刷新を求める強い気持ちと、デザインやディテールに対する鋭い感覚が宿っている。そして、変化への欲望は、毎シーズン繰り広げられる、ある種のファッション・フィーヴァーにも表れている。そう、「ファストファッション」は、このマーケティング・コンセプトに名前が与えられる前から、日本には存在していたのだ。また、ギャルのさまざまな自己表現は、海外のクリエイターにとって尽きることない発想の源だ。90年代後半には、日本の女子中高生がファッションの一大勢力として台頭した。彼女たちは80年代に流行ったレッグウォーマーが蘇ったようなスーパールーズソックスを学校の制服に合わせ、私たちのような欧米から来た人間にとっては、不可解な、でも面白い光景を生み出していた。ギャルの注目はその後、キラキラとしたデコラティヴなものに移った。そんな「キラキラ」カルチャーや、おもちゃのような携帯ストラップは、最近のモードシーンにも、大ぶりなチャームやアクセサリーという形になって登場している。ハラジュク・ガールの存在も忘れてはいけない。雑誌『CUTiE』と『FRUiTS』を足して2で割ったようなスタイルにグウェン・ステファニーが目をつけ、海外向けに売り出したものだ。これに大いに刺激を受けたジョン・ガリアーノは数年前、こんな手紙を私あてに送ってきたほどだった。「天国なんて行きたくない、僕はハラジュク・ガールに生まれ変わりたいんだ！」

もっとダークな方向としては、生きた人形のようなスタイルを好むゴスやゴシック・ロリータのシーンが、1998年ごろから女性らしさと性（ジェンダー）の境目をかき乱す美学の世界を広げつつある。ハイファッションの世界がようやくこれに追いついたのが、ゴシック・ホラーをテーマにしたロダルテの2008年秋冬コレクション、さらには可憐なロリータをフィーチャーしたルイ・ヴィトンの2009年秋冬コレクションだった。

90年代後半から「109」族のバイブルだった『egg』をはじめとする雑誌は、「109」の店員や「読者モデル」といったストリート・セレブの生のライフスタイルを大きく取り上げた——これはいわば、誰もがトレンドセッターになれる

2004年
7月号



2

2000年
12月号

3

慧美网
vimee.net
蝴蝶网
hudie.com

5

「キラキラ」カルチャ
ードシーンにも波及!?
ファイアやエメラルド
ンタシオン・マカロン
各¥2,373,000／BOUC
シュロン カスタマー
スーパーボボのペン
¥2,271,150／QEELIN
グウェン・ステファニ
ルズ。8. アートブック
出版社ファイドンもコ
『Gothic & Lolita』を刊

7

8

10

9. 盛り系"ギャル"をモードかつリュクスに進化させたかのような08年秋冬のディオール。10. 日本のカルチャー好きとして知られるロダルテの08年秋冬は、エッジィなゴスルック。11. 元祖ストリートスナップ!?の東京ガール。(09年12月号別冊「VOGUE Tokyo」から) 12. 海外で人気のストリートスナップ・サイト「THE SARTORIALIST」はこの秋写真集を発売。13. 2007年11月号の「The Dignity of the White Collar Woman」では、「メイド」もモードに変身！

11

HERMÈS
PARIS
VIVEMENT L'HIVER !
冬の恋支度
慧美网
vimee.net
蝴蝶网
hudie.com

10 Years of "Bags & Shoes"

ヴォーグ ニッポンのこの10年――"バッグ&シューズ"

Text: Melanie Rickey Editors: Maki Hashida, Tomoko Suzuki

デザインの進化と圧倒的高級感で、靴&バッグは女性のステータスシンボルに。

この10年間のモードにおける消費で、もっとも劇的に変化したのが靴やバッグだったのではないだろうか。どんな靴を履き、どんなバッグを持つか――そしてそれを持つときのアティテュード――は、この10年間でかなり進化している。2000年頃は、靴もバッグも、トータルなスタイルの中でそれほどの大きな存在感を示していなかったように思うが、今日ではファッションビジネスの要であり、女性のワードローブに不可欠な存在となった。

この10年は、いわゆる"イット・バッグ"によって区切っていくことができるし、そうしたバッグの名は記憶に新しい。例えば、クロエのパディントン、ディオールのサドル、マーク ジェイコブスのスタム、ルイ・ヴィトンのグラフティや村上隆によるチェリー、イヴ・サンローランのミューズ、そして忘れちゃいけないバレンシアガのラリアットが付いた数々のエディターズバッグたち。パディントンはその巨大なパドロックが特徴だが、ほかにもいろいろと楽しい工夫が凝らされていた。また、ルイ・ヴィトンと村上隆のコラボはバッグを楽しくキュートにし、バレンシアガはタフでセクシーにした。これらは今もバッグ界を支配する潮流である。世界中の女性たちが、これらに思いを募らせ、ウェイティングリストに名を連ね、ようやく手に入れる。そして手に入ったあかつきには、鼻高々で見せびらかす。ちなみに、エルメスのバーキンやシャネルのチェーンバッグはまた別の話だ。これらはもはや完全にタイムレスなアイテムであり、シーズン毎にアップデートをくり返し、決して流行遅れになることはない。

では、バッグ、シューズ熱はどのようにして起こったのか。2000年には『セックス・アンド・ザ・シティ』が世界中の注目を集めており、そして、女性たちは自らのファッションがステータスシンボルとなることを求めていた。だとすれば、高価で職人芸の粋たるブランドの靴やバッグ以上によいシンボルがあるだろうか。美しいバッグは、個人的および経済的な自立の象徴であり、美しいハイヒールはゴージャスなライフスタイルの象徴なのだ。

シューズはどんな10年間だったのだろうか。バッグがますますゴージャスでカラフルなった後に、このところ再びコンサバ傾向になってきたのに比べて、靴はより高いヒールでディテールの凝ったものとなっている。ちょうど10年前のメイントレンドは小さなキトンヒールだったが、それからスティレット、ウェッジ、チャンキーヒールへと移り変わり、さらにヒールは彫刻入りやトランスペアレントなど、まるでアート作品のようになっている。

もちろん、この精巧なブームはデザイナーとブランド間の友好的競争によって加速した。クリスチャン・ルブタンとジミー チュウはこの10年間、いかにセクシーな靴をつくるかを競い合い、ジュゼッペ・ザノッティの参加でその競争はさらに活気づいた。新星ニコラス・カークウッドは女性の足もとを楽しくしている。そしてその間もずっと、マロノ・ブラニクは美しい靴の創造を続けてきた。言うまでもなく、グッチ、プラダ、ドルチェ&ガッバーナなどのビッグメゾンもバッグ同様、トレンドを牽引している。

この10年間の代表的なイット・バッグの一例。1. 04年の誕生以来、キュートなスタイルでファッショニスタを席巻したクロエのパディントン。2. 独特のフォルムとDの文字が魅力的なディオールのサドルバッグは、若者たちをも虜にした。3.4. バレンシアガはエディターズバッグの先駆けであり、モデルチェンジをしながら今でも全く人気は衰えない。ケイト・モスも昔から愛用している。

5. タイムレスなバッグであり続ける理由を探った、07年10月号の「シャネルのチェーンバッグの魔力」。異なるジャンルのクリエイターたちがその魅力を分析。6. ジュエリー感覚で持つ小さなクラッチバッグも、ここ数年間で大きなトレンドに。7. 特集「バッグは『女の人生』そのものです。」は、女性にとってバッグはステータスシンボルであることを証明するような内容。扉はキモラ・リー・シモンズ。

8. 02年の「なんでヒールマニア」から、モード界の現象が起こる。サラ・ジェシカ・パーカーがマノロの紙袋を持って歩くシーンは、女性たちのショッピングを誘い立たせた。9. 人気なシューズの代表格、クリスチャン・ルブタンの美しいヒール。

蝴蝶网
hudie.com

10 Years of "Tokyo Beauty"

ヴォーグ ニッポンこの10年――"トウキョウの美"

Text: Jan Masters　Editor: Sachiko Igari

1

インスピレイションの宝庫、トウキョウ。日本の美が、世界のビューティ界を魅了。

美の理想像は時間とともに移り変わるかもしれないが、何があっても変わらないのは、美が私たちを惹きつけ、夢中にさせるということ。そしてこの10年は特に、数多くの革新的な進化が遂げられ、とてつもない速さで世界中に広まっていった。たとえば、注射やレーザー照射で肌の老化を止めたり、顔の輪郭をつくり直す女性もずいぶん増えた。こうした形で自分の顔に手を入れることを歓迎する人も、敬遠する人もいるが、この10年間は、それ以前よりはるかに過激な施術が女性たちの肌に施された。

トレンドに目を向けると、2000年代は日本から多くのヒントをもらった。古いものに敬意を払うことを忘れずに新しいものを歓迎する点や、自然に価値を見いだしながら人の手が入ったモノも評価する日本人の姿勢に、世界中が刺激を受けた。2002年春のディオールの「マンガ ルック」から、最近ではハローキティとM・A・Cのコラボレイションまで、多くのビューティ・ブランドが現代の日本文化を取り入れた。グウェン・ステファニーも、エネルギッシュな原宿スタイルを自らの香水シリーズに反映した。一方、シャネルのピーター・フィリップスは、シャネルが世界初となる香水と化粧品の路面店を青山にオープンさせるのに合わせ、キラキラと輝くパステルカラーをフィーチャーした「Tokyo Happening」を発表している。

けれども、この10年で最も記憶に残るもののひとつは、ジョン・ガリアーノが繰り広げた2007年春夏のディオールのオートクチュール・コレクションだろう。蝶々夫人を主なミューズとし、色鮮やかなキモノ風ドレスや折り紙を思わせるクリノリン、サムライ・スタイルのレザー、ゲイシャ風のモチーフ、揺れるかんざしなどは、見る者の目に焼き付いたはず。日本は題材の宝庫と言える場所で、あのフランソワ・ナーズも、日本の伝統的な表現の力強さや美しさに感銘を受けたと、私に語ってくれたことがある。

ナーズは一流のメイクアップ・アーティストであるだけでなく、人を魅了してやまないフォトグラファーだ。彼の名を冠したブランドが人気になりだした当時、美にはさまざまな"顔"があることを示した。美は型破りでもかまわないと、彼は教えてくれた。主流から外れたものが、かえって魅力的なのだ、と。彼が早くからカレン・エルソンやアレック・ウェックを広告に起用したことが、デヴォン・アオキやアギネス・ディーンといった、この10年を象徴するモデルの登場に道を開いたことは間違いない。

そしてもうひとつ大きな、とても悲しい出来事は、アートと美を融合した人物、植村秀さんが2007年12月に亡くなられたこと。彼はクレンジングや化粧品の使い方に革命をもたらし、晩年には、ファンタジーあふれるアイラッシュを世界に羽ばたかせた。事実、この10年間、いろいろな意味でまつ毛は大きくクローズアップされた。まつ毛パーマやエクステンション、さらにはまつ毛そのものを長く伸ばす方法などが新しく開発された。マスカラだって、バリエーション機能がつくまでに進化した。

またビューティ界では、この10年でセレブリティの果

2

2008年
10月号

3

4　5

1. ディオールの07年春夏の　ートクチ　ュより、ガリアーノ流、ジャパニーズ・ハナヨメ!? 2. グウェンと原宿ガ　ルズが香水になって登場。グウェン ステファニー　ラバーズ オードトワレ 各30㎖ 各¥5,775／GWEN STEFANI HARAJUKU LOVERS（コティ・プレステージ・ジャパン） 3. オハアスタイルス」、エディーンがマンガにインスパイアされて生まれたフォト・ストーリー、「Manga Motion」は08年10月号にて掲載。4. ピーター・フィリ

6

6. 今年ついに発売されたドルチェ＆ガッバーナのメイクアップ製品（残念ながら日本では発売未定）。そのミューズとして選ばれたのが、スカーレット・ヨハンソンだ。そして今回、同ブランドの香水「the one」の広告にも登場することに。写真は新作、ローズ ザ・ワン オードパルファム（50㎖ ¥10,815。11月4日発売）の広告ビジュアル。7. これまでビューティ系の広告には登場しなかったユニークなモデルを、フランソワ・ナーズは積極的に自身のブランドに起用した。写真は09年秋冬コレクションの広告ビジュアル。モデルを務めたのはヘザー・マークス。

7

8

2007年
8月号

蝴蝶网 vimee.net
mode.com

蝴蝶网
hudie.com
慧美网
vimee.net

10 Years of "Fashion Snaps"

ヴォーグ ニッポンこの10年——"おしゃれスナップ"

Editor: Tomoko Suzuki

ファッショニスタたちの10年史を
おしゃスナの8つの謎とともに振り返る。

1 ファッション界の女王、アナ・ウィンターは コンサバ・スタイルを貫いてきたのか?

他を圧倒するコンサバ・ファッションとシャープなボブヘアが信条のアメリカン・ヴォーグ編集長アナ・ウィンター。ファッションにおいては貫禄のプラダのスーツ（右上）やインパクトジュエリー（左）などトレンドを取り入れつつも、ひざ丈中心のマイ・スタイルを守り続けてきた様子。しかし、トレードマークのボブヘアにはわずかな変化が！ 2001年当時はヘアカラーも赤味が強く前髪が厚め。しかし2005年以降は、攻めのブロンドにチェンジして前髪も少なめにするなど（中央上）、イメチェンを密かに楽しんでらっしゃいました。

3 その時代の人気モデルを見れ ファッションのトレンドがわかる

モードを彩るモデルたちは、美しいルックスもさるこ
のセンスで時代のトレンドも牽引してきました。ナオ
（上）は、すべてがグラマラスだった時代を象徴する
17歳だったリリー・ドナルドソン（中央上）。ドール
てモデルの低年齢化が進み、お洒落もデニムメインの
に。ショートにしてぐっとモード感がアップしたマ
央）は全身ジバンシィで身を固める。個性派モデル
（左）はファッションだってインパクト勝負のミックス

4 フレンチ・ヴォーグ＝全身黒。いいえ、今はトレンドをさりげなくプラスするからこそ格好いい。

編集長のカリーヌをはじめ、フレンチ・ヴォーグ・チームといえば全身黒の装い、という神話がこの10年で進化していました！ 当時フレンチ・ヴォーグを支えていた面々（下）は黒オンリーの迫力の出で立ち。いっぽう、現在はロック・テイストを盛り込んだリラックススタイルが基本。バルマンのナポレオンJKを自分のものにしてしまう貫禄が、さすがなエマニュエル（右奥）。ジェラルディン（右）はルイ・ヴィトンの赤のレオパード・ストールでパンチを効かせて若々しさを主張。この気負いのない格好よさが極上のフレンチ流スパイス！

蝴蝶网 hudie.com
慧美网 vimee.net

慧美网
vimee.net
蝴蝶网
hudie.com

10 Years of "Fashion Snaps"

ヴォーグ・ニッポンこの10年 ―"おしゃれスナップ"

蝴蝶网 hudie.com

5 カリーヌ・ロワトフェルドのスカート丈でトレンドの流れがわかる。

フレンチ・ヴォーグの編集長に就任した2001年当初、「子どもじゃあるまいし、ミニスカートは絶対にはかないわ」と公言していたとおり、親友トム・フォードによるイヴ・サンローラン・リヴ・ゴーシュのひざ下丈のタイトスカートで登場した迫力満点のカリーヌ（左下）。その後、若々しさとエッジィな魅力が表現できるとあって、ミニスカート人気が到来。とうとう美脚を披露することを決意！ そして2007年には、ジュンヤ・ワタナベの超ミニスカート（右）で、圧巻のひざ上30cmに挑戦。いまやナマ足の女王と呼ばれるまでになりました。

7 アンナ・ピアッジの3種の神器"ハッ… ロングコート"は絶…

その奇抜なファッション… ときわ目立つ存在なのが… ジ。元祖ミックス・コー… アイテムといえば、"ハ… ロングコート"の3品。… ディテールや色を変えて… の3アイテムは彼女のな… ず。しかし、2009年にな… キュートな日傘にスイッ… （上） 閉じると一見ステ… かないが!? あえて開い… ラスしているあたり、フ… るこだわりが見えます。

6 アンナ・デッロ・ルッソはファースト・ルックしか着用しない?

本誌ファッション・ディレクター・アット・ラージのアンナ・デッロ・ルッソのリアルクローズはランウェイそのもの。では、モード好きの極致、ファースト・ルックしか着ないのか検証したところ……、着てました！ 2009年バルマンの春夏コレクションで、ファーストを飾ったパワーショルダーJKをまとうアンナを発見（左）！ 他、2005年のランバン（右下）と2007年のプラダ（中央下）は残念ながら!? ファースト・ルックではなかったものの、どちらもそのシーズンを代表するキー・ルック。アンナ流のモード愛を感じます。

8 ファッショニスタに愛され続けている

惠美 vimee.net

蝴蝶网
hudie.com
慧美网
vimee.net

10 Years of "Power for Celebrities"

ヴォーグ ニッポンこの10年——"ファッションとセレブリティ"

Text: Bethan Cole　Editor: Junko Hirose

この10年、ファッション界をリードしたのは、セレブリティだった。

それはファッションの革命と呼んでさしつかえないだろう。この10年間というもの、私たちは何を着るかのガイドとして、ますますセレブを手本とするようになっている。1990年代やそれ以前の私たちが、ファッションの指針を求める対象といえば、ランウェイでモデルたちが魅せるコレクションぐらいのものだった。だが現在では、レッドカーペットやパパラッツィの写真も、同様の存在となっている。

この10年、グウェン・ステファニーのL.A.M.B.、ケイト・モス フォー トップショップといったレーベルが立ち上げられたり、ペネロペ・クルスがマンゴの広告モデルを務めたりと、セレブたちのほうでも新たに手に入れた"ファッションアイコン"というステータスの活用に余念がない。むろんこうしたセレブスタイルのいくつかには、普段彼女たちの服を選んでいるスタイリストたちも関わっている。

「そんなの今に始まったことではない」と言われるかもしれない。はるか昔の1940年代の主婦たちだって、ジョーン・クロフォードのようなスターがどこで服や化粧品を買っているかを知りたくて雑誌を読みふけっていたではないかと。しかし、私たちが「セレブたちはどこで服を手に入れているのか」を知りたいと切望し、「そのスタイルを自分のものにしよう」とするようになったここ10年間においては、かつて細々とした流れであったものが轟々という奔流になっているのだ。

評論家たちは、これまでに幾度となく「これはファッションにとって健全な流れなのか」と問いかけてきたけれど、セレブたちがクローズアップされる機会は増えるばかりだ。言うまでもなく、ファッションはさまざまなものから影響を受けることが望ましいのだが、セレブのファッションは必ずしも多様性を意味しない。

つまり、上品なメイクに、趣味の良い黒のストラップレスドレスなど、レッドカーペットはきわめて均質なファッションの場となりうる。だからアカデミー賞授賞式の夜を、たとえばディオールのオートクチュールのランウェイのようにダイナミックなものと言うことはできないのだが、それでもやはり、セレブのファッションをキャットウォークより身近に感じる人が多いのだろう。

セレブのファッションが多くの人に訴えるのは、それを着ているのが生身の人間だからだ。ビョーク、グウェン・ステファニー、ディータ・ヴォン・ティースらは、デザイナーたちのほんとうに奇抜な作品を身にまとい、華々しく登場する。レッドカーペットばかりではない。もっともよく目にする彼女たちの姿といえば、スキニージーンズとシープスキンのブーツで、カプチーノをすするプライベートのファッションなのである。

しかしおそらく、セレブたちの人間らしさこそ、私たちが彼女たちに魅了され続けるゆえんなのだ。キャットウォークを闊歩するモデルは、ヘアメイクのラボから誕生した人間離れしたアンドロイドになりかねないが、セレブたちはそれに比べると人間らしい。

慧美网 vimee.net 蝴蝶网 hudie.com

蝴蝶网
hudie.com
慧美网
vimee.net

10 Years of "Power for Celebrities"

ヴォーグ・ニッポンこの10年——"ファッションとセレブリティ"

ベッカムも、ファッション・ジャーナリスト相手に、自らのインスピレーションを語ることに多くの時間を費やしている。

事実、ベッカムとモスはファッション界において、プロたちからの評判も良く、かつコマーシャルの面でも成功を収めている貴重な例だ。H&M は、トップデザイナーとのコラボのみならず、カイリー・ミノーグやマドンナとも手を組んだ。この試みが、スターが関わることによって特別な価値を得たアイテムが手に入ると考える人たちや、記念に残る貴重なアイテムを着てみたいと望む、筋金入りのファンたちの購買意欲を掻き立てたのはもちろんだ。そして、H&M はこうしたコレクションに一般消費者の心をもつかむような、スターとのコラボ品というだけではない、マストアイテムを如才なく散りばめている。

個性あるスタイルへと昇華する可能性。

セレブファッションブランド支持派か否かを問わず、彼らのファッションセンスにまったく影響を受けないということはないだろう。そのため、セレブのファッションを手がけるスタイリストもまた、注目の的となった。フィリップ・ブロックやレイチェル・ゾーは錬金術師さながらのファッションセンスでセレブのイメージを創造する、現代のイディス・ヘッドでありエイドリアンだ。ゾーは一時、ニコール・リッチーなどの「ゾイボット」と呼ばれる自らのクライアント以上に有名人だった。そしてブロックは、セレブをスタイリングするだけでなく彼自身のレーベルも持っている。

そしてもちろん、セレブのファッションはどのスタイリストを雇っているか、またどのブランドと提携しているかによって変わってくる。たとえば2006年のリリー・アレンはドレスにスニーカーを組み合わせる元気いっぱいの女の子だったが、目下、シャネルと提携している彼女のスタイルはご想像通り、はるかにシャネル風になっている。

セレブリティとの最良のコラボレイションは、そのセレブ本来のスタイルを活かしたものだ。ナイキは先ごろ、派手なスニーカーをベースにしたストリートスタイルがトレードマークのディジー・ラスカルとのタイアップを発表した。またソフィア・コッポラとマーク・ジェイコブスの組み合わせも、神の思し召しによる幸せな結婚と言える。

セレブブランドやセレブスタイルへのわたしたちの飽くことのない欲求が、つまるところ、自らの確立に繋がることを望みたい。セレブのスタイルは楽しく、その追随には中毒性があるのかもしれないが、誰かのスタイルを真似てみることが、オリジナルのスタイルを確立する上での手助けとなることだってあるのだから。つきつめれば自分らしいスタイルの確立こそ、ファッションを愛するわたしたちみんなが、心から望んでやまないものなのだから。

ファッションを動かす、パワーウーマン。

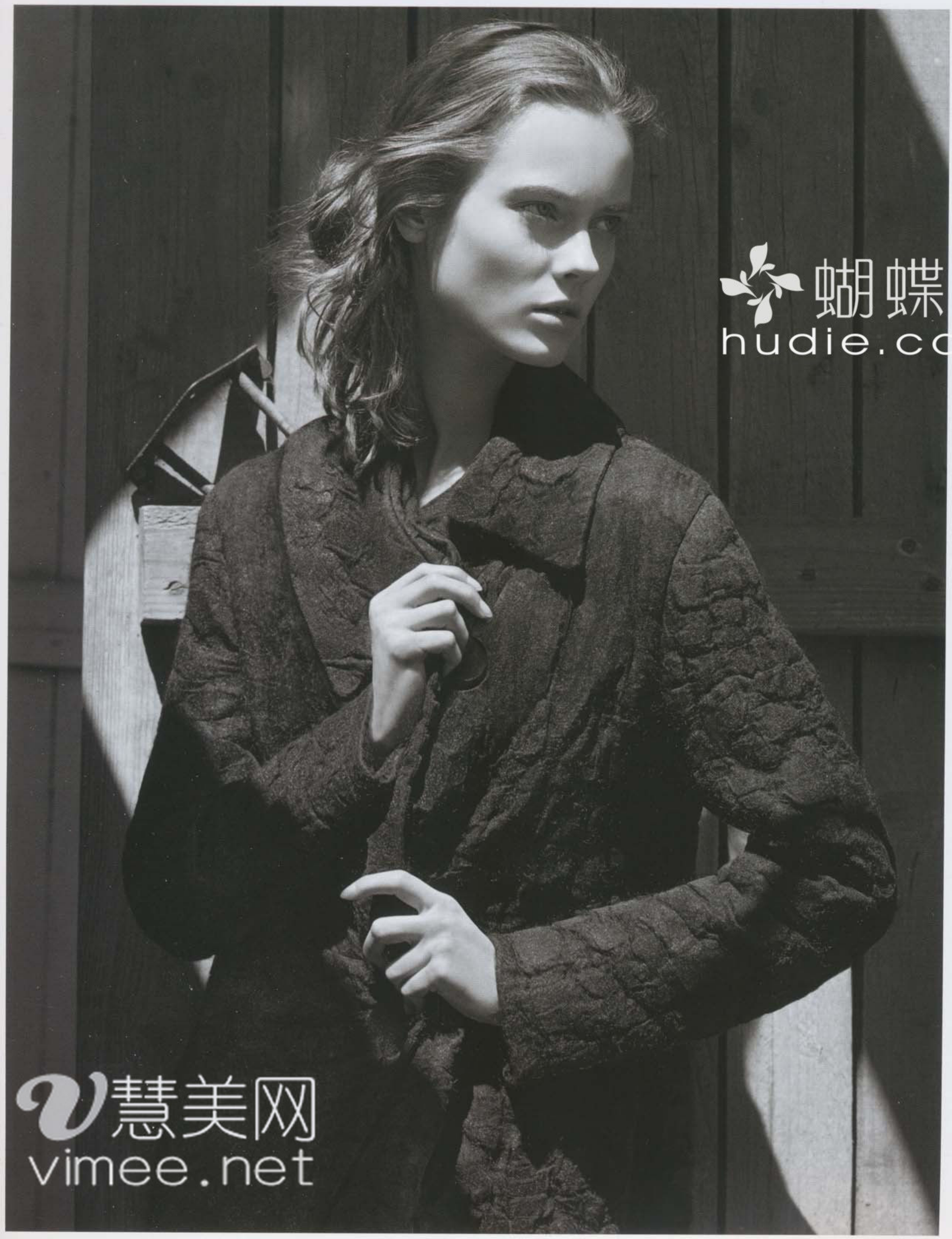
9. フィリップ・トレイシーやアレキサンダー・マ
に出したイザベラ・ブロウは、東京でも若手デザ
ションでファッション撮影を敢行。10. フランカ・
ムッシュ・サンローラン引退の特集で、クローゼ
気に入りのYSLを着用。11. カリーヌ・ロワトフ
ーンエイジャー時代から現在に至るお洒落の遍歴
で公開。12. カール・ラガーフェルドのミューズ
のクリエーションに携わるアマンダ・ハーレック。

セレブとデザイナー、蜜月の10年。

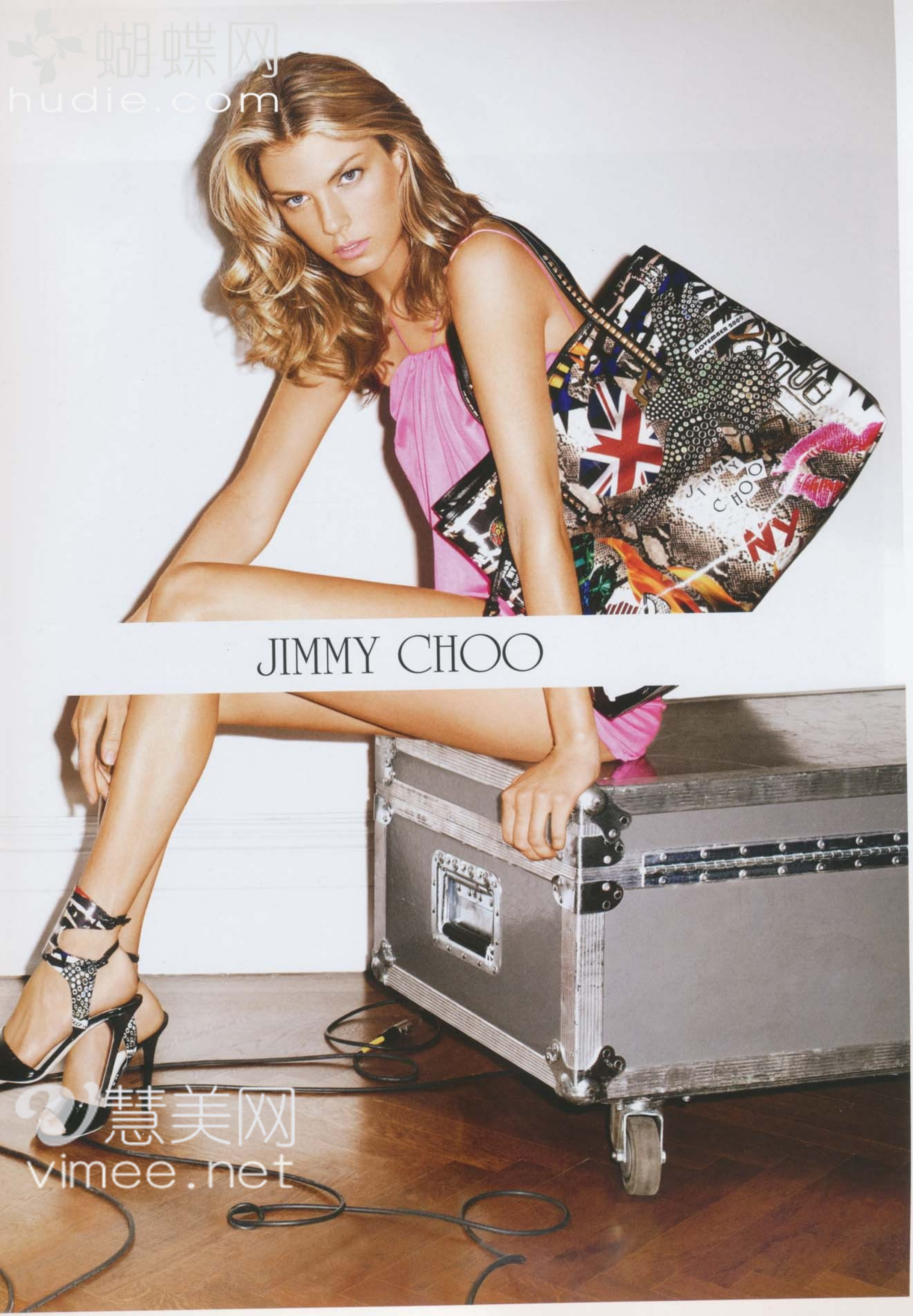
蝴蝶网 hudie.com
恋美网 vimee.net

慧美网
vimee.net
蝴蝶网
hudie.com

慧美网
vimee.net
蝴蝶网
hudie.com


蝴蝶
hudie.com
慧美网
vimee.net

慧美网
vimee.net
蝴蝶网
hudie.com



蝴蝶网
hudie.com
慧美网
vimee.net

10 Years of "Japanese Art"

ヴォーグ ニッポンこの10年——"ジャパニーズ・アート"

Interviewee: Tomio Koyama / Interview & Text: Naoko Aono　Editor: Yaka Matsumoto

蝴蝶网 hudie.com

1

Counter Void 2003

2

荒木経惟「色淫花」2008年

1. LEDのデジタルカウンターを用いた作品で知られる宮島達男のアートは、鮮烈な印象を残しながら、東京の街並みにも絶妙に溶け込んでいる。2. ヴォーグでも、ファッションストーリーやジュエリーストーリーを撮り下ろしている荒木経惟。"アラーキー"スタイルへの海外の支持は圧倒的だ。3. 2008年2月号では、DVDつきの特集「カイカイくんとキキちゃんの冒険旅行が始まります！」を掲載。4. ルイ・ヴィトン×村上隆の記念すべき初コラボ作！

3

2008年
2月号

vimeo.net

4

世界のアートシーンを塗り変える ニッポンのアーティストたち。

この10年でアートシーンも大きく変化している。なかでも最大の変化は、日本の作家も個人として評価されるようになったことだ。これまでのアートシーンは欧米が中心であり、日本は周辺の一つだと考えられていた。が、今では作家の国籍にとらわれず、純粋に「いいアーティストの一人」として見られるようになっている。

そのなかでもトップを走っているのが村上隆、杉本博司、草間彌生、奈良美智の4人だろう。彼らはそれぞれ、違うやり方でアート・マーケットを広げてきた。

杉本博司はオーソドックスな道を歩んで世界のアートシーンに認められるようになったアーティストだ。彼は長い間、ニューヨークを拠点に「日本人」という看板を背負うことなく活動してきた。最近では美術館での個展を通じて高い評価を得ている。

村上隆は日本美術を新しい視点で読み解いた「スーパーフラット」というコンセプトで、既存の現代美術シーンに殴り込みをかけた。彼は正統的な日本の美術史を踏まえたうえで、ZENといった紋切り型ではなく、今の日本のリアルな自分を強力に打ち出すことに成功している。さらにはルイ・ヴィトン、カルティエといったハイ・ブランドとのコラボレイションによって世界のセレブリティとのつきあい方、振る舞い方までも学んだ。セルフプロデュース能力に長けた、稀有なアーティストでもあるのだ。

草間彌生は1950年代からニューヨークで活躍していた、海外進出組のパイオニアだ。彼女はヴィクター＆ロルフ、マーク・ジェイコブスといったデザイナーにとても人気がある。デザイン的なセンスを作品に生かすことができるアーティストなのだろう。

奈良美智は、表面上は大きなブームには見えないかもしれないが、彼の作品に深い愛着を感じているコレクターによって、強く支持されている作家だ。最近ではアジアで特に注目されている。

彼らのほか、経済成長著しいアジア圏で人気なのが名和晃平。彼独特のハッピーでゴージャスな作風は特に中国の人に好まれているようだ。デジタルカウンターが点滅する作品で知られる宮島達男は、その知的なアプローチが高く評価されている。名画のワンシーンや女優に「なりきる」森村泰昌、性と死の間を行き来する写真で人気の荒木経惟らも国際的なマーケットで勝負できるアーティストだ。

彼らが欧米のアーティストと同等視されるようになったのは、アートフェアが世界的に普及してきたことも一因だろう。外国の作家でもその場で購入できるから、アートのボーダーレス化が進む。各国のアート関係者が一堂に集まるビエンナーレ、トリエンナーレといった国際展も同じような役割を果たしてきた。

国内でのアートのインフラも整ってきた。金沢21世紀美術館はその象徴だ。日本の公立美術館の多くはマーケットや海外のクリティックによって、アーティストや作品の価値が決まってから購入を決めてきたのだが、金沢21世紀美術館は展覧会などによって自らアートの価値を作り出

5

2006年
9月号

草間彌生 水玉強迫 2009

奈良美智 Cosmic Eyes 2007

杉本博司 カリブ海、ジャマイカ 1980年

9

©Kohei Nawa PixCell-Mode

2008年
3月号

慧美网
vimee.net
蝴蝶网
hudie.com

10 Years of "Architecture"

ヴォーグ ニッポンこの10年——"建築"

Text: Taro Igarashi　Editor: Maki Hashida

この10年の間に有名建築家によるファッションビルが次々と建った銀座と表参道。**1.** ベールピンクの幻想的な「MIKIMOTO Ginza2」は、伊東豊雄によるもの。**2.** レンゾ・ピアノ作の「銀座メゾンエルメス」は、ガラスブロックを積み上げた建築。**3.** 03年2月号の本誌「表参道で逢いましょう」特集では、表参道のブランドの新ショップを設計した著名建築家を一挙に取材。ヘルツォーク＆ド・ムーロンや、安藤忠雄、SANAAなどが登場した。

世界各地に出現するアイコン建築と、現代建築のショウケースになった東京。

テレビを通じて、約40億人が開会式で目撃したという北京オリンピックのメインスタジアム、すなわちヘルツォーク＆ド・ムーロンが設計した「鳥の巣」は、ゼロ年代を代表する建築だろう。こうしたひと目見たら忘れられない奇抜な外観をもつ"アイコン建築"は、中国やドバイで増殖している。旧正月を祝う花火が原因で対となる棟が焼けた北京のCCTV新社屋も、レム・コールハースが率いるOMAがデザインした環状にループするビルだ。ドバイでは、世界一の超高層、ブルジュ・ドバイのほか、『スターウォーズ』のデス・スターのような建築や回転するビルなど、夢のようなプロジェクトが多くある。今やザハ・ハディドやフランク・ゲーリーなどのスーパースター・アーキテクトは、グローバルな資本主義と連動して、経済が活性化する世界各地のホットスポットで新しいランドマークを手がけるようになった。また鳥の巣がコンピュータを活用したデザインによって複雑な構造と造形を可能にしていることも、現代の状況を正確に反映している。

スーパーブランドが著名な建築家を起用する傾向は海外でも認められるが、ずば抜けて日本の物件が多い。建築とファッションの蜜月関係は、青木淳のルイ・ヴィトン名古屋ビル（1999）の成功から始まった。市松模様がオプ・アート的な効果を生むデザインの手法は世界各地の店舗でも採用されている。青木事務所出身の乾久美子や永山祐子らの女性建築家が、高知、大阪、京都のルイ・ヴィトンを手がけていることも興味深い。ブランドが建築界を牽引し、表参道や銀座は有数の現代建築家ストリートに変貌した。21世紀を迎え、表参道では、青木のルイ・ヴィトン（02）、ヘルツォーク＆ド・ムーロンのプラダ ブティック青山店（03）、隈研吾のONE表参道（03）、SANAAのディオール表参道（03）、伊東豊雄のトッズ表参道ビル（04）などが次々と登場。また銀座では、妹島和世のオペークギンザ（98）、青木のルイ・ヴィトン銀座（00）と銀座並木通り店（04）、レンゾ・ピアノの銀座メゾンエルメス（01）、乾のディオール銀座（04）、中村拓志のランバン・ブティック（04）、伊東のミキモト ギンザ2（05）などが出現している。

こうした店舗では、それぞれの建築家の素材や表層に対する感覚が効果的に発揮された。そもそも建築と衣服は、身体を包むという共通点をもつ。それゆえ、建築家による店舗デザインは、皮膜や装飾をテーマに掲げたものが多い。建築とファッションの並行現象を検証する『スキン＋ボーンズ』展（国立新美術館、07年）が開催されたのも偶然ではないだろう。かつて建築は男性的なものとされていたが、逆に現在はフェミニンな感性が注目されている。驚くべきことに、日本の建築の言説において「かわいい」というキーワードがとりあげられるようになったのも、こうした潮流の一環としてみなせるだろう。

住宅の分野では、西沢立衛の森山邸が衝撃を与えた。敷地に白い箱をばらまく分棟配置は、しばしば模倣されている。藤本壮介や長谷川豪など、次世代のすぐれた建築家も、住宅を通じて頭角を現した。もっとも、日本の若手建築家

2002年 7月号

2003年 2月号

21世紀を代表するアイコン建築の数々。**4.**「鳥の巣」。ヘルツォーク＆ド・ムーロン作の北京オリンピック。**5.** 162階、高さ818m! 世界一の高さを誇るドバイ「ブルジュ・ドバイ」。**6.** 同じくドバイに建築予定のザハ・ハディド「ドバイ・フューチャー・タワーズ」。ダイナミックな曲線が

7. 02年
家はべ
か？」
代の若
（左か

vimee.net
hudie.com

最高の、愛の囁き。

蝴蝶网
hudie.com

DE BEERS

Because a diamond is forever

慧美网
vimee.net

デビアス銀座本店

伊勢丹新宿店　日本橋髙島屋店　西武池袋本店　西武渋谷店　髙島屋京都店　大丸大阪心斎橋店　阪急百貨店うめだ本店　大丸神戸店　博多大丸福岡天神店

www.debeers.com　03-5524-6055

A DIAMOND IS FOREVER® is a registered trademark of the De Beers Group

10 Years of "Restaurants"

ヴォーグ ニッポンこの10年――"レストラン"

Interviewee: Jean-Luc Naret　Interview & Text: Haruka Koishihara　Editors: Maki Hashida, Yuka Tsukano

6

7

6. ル・ムーリスは同名のパリの高級ホテルにあるレストラン。7. ミシュラン三ツ星シェフ ヤニック・アレノは、現代フランス料理界で最も注目すべき存在。8. ザリガニにクレソンのソースを添えた一皿。大胆な中に繊細な美しさが宿る。

8

1

2

ミシュランガイド総責任者が語る、シンプル回帰とシェフとの距離感。

素晴らしい料理で多くの客の舌を楽しませている世界各国の料理人達が口を揃えて言うのが、「ここ10年の間に、食材のレベルは飛躍的に向上した」ということだ。これは生産者たちの努力の賜物にほかならない。また、彼らのもとに足を運び、素材を育てる段階から携わるシェフも多い。

その背景には、美食を追求する貪欲な好奇心だけでなく、1990年代のイギリスのBSE問題に端を発し、遺伝子組み換え作物などの出現によって芽生えた「食の安全」への意識の高まりがあると言えるだろう。もはや、皿に美しく盛られた料理の味わいや店の華やかなインテリアなどと同じくらい、プロフィールが明らかな食材を使っているかどうか、つまり「トレーサビリティ」が重要視されるようになったのだ。日本では1980年代から 、地域で生産された農産物や水産物をその地域で消費する「地産地消」運動が提唱されたと聞くし、ほぼ同時期にイタリアでも「スローフード」運動が起こっているから、そうした動きが、この10年間で確実にグローバル化されたということだろう。

「シンプルへの回帰」も、私の考える重要なキーワードだ。単に高価な、珍しい食材を誇るのではなく、旬の新鮮な食材をシンプルな調理法で、シンプルな営業形態の店で提供する。そうしたレストランがスタイリッシュだと賞賛されるようになったことは、この10年間の大きな変化のひとつである。その理由は、レストランを訪れる人々の食に対する経験値の成熟もあるだろうし、昨今の世界的な不況も無関係ではないだろう。

調理技術の進化についても触れておきたい。とりわけ「キュイッソン(火の入れ方)」に顕著だ。たとえば一定の低い温度で長い時間をかけてゆるやかに火を入れる。そうした非常に繊細な技法が、意欲的な料理人たちによって確立されつつある。「食材に熱を加えて食べる」というプリミティブな調理法が再検証されている動きも「シンプルへの回帰」と言えるだろう。

シンプルかつスタイリッシュの代表格が、グランシェフ、ジョエル・ロブションが手がける『ラトリエ・ドゥ・ジョエル・ロブション』だ。調理する様子を見ながら料理人と言葉を交わせるカウンタースタイルは、ロブションの名を冠したレストランとしては極めてフランクである。日本人にとっては、割烹料理や寿司店などで古くから馴染みのある形態だが、世界のグルマンたちにとっては現在新鮮なものとして支持されているのだ。ある種"日本的"と言えるカウンター形式の店が各地に登場しているように、星付きレストランの厨房には、必ずと言っていいほど日本人のスタジエ（研修生）がいる。彼らは数年の修業の後、フランスに残る者もいれば、日本に戻って腕を振るう者もいる。前者の筆頭は、ニースの『KEISUKE MATSUSHIMA』の松嶋啓介氏。そして後者の代表格が東京の『カンテサンス』の岸田周三氏だ。岸田氏は、パリの三ツ星『アストランス』のパスカル・バルボ氏のもとで学んだ経歴の持ち主で、バルボと変わらないレベルで、なおかつ自身の個性を加えたハイセンス料理を作るという理由から「ミシュランガイド東京」の初年度で彼の店に三つ星をつけた。

11

9. 07年の、「ようこそ、パリの新3つ星レストランへ。」で掲載されたアストランス。10. 岸田周三シェフはアストランスで修業後、06年にカンテサンスをオープン。現役最年少のミシュラン三ツ星シェフに。11. フォワグラのコンフィとシュークルート。

2003年
8月号

3

ジョエル・ロブションは、本格フレンチレストランにとどまらず、カフェ、ブーランジェリーと、幅広く店舗を展開する。1～2. ブーランジェリー＆パティスリーにカフェを併設した新業態のラ ブティック ドゥ ジョエル・ロブションが丸の内にオープン。イートイン用のガレットは、世界中ここだけで食べられる一品。3. 03年の「"プラチナカウンター"が教えてくれる、おいしさの秘密。」ではカウンターのある注目のレストランを特集。

4

5

4. コンコルド広場に面する高級ホテル ザ・ドーチェスターにある、アランデュカス・アット・ザ・ドーチェスター。英国の食材を用いて、モダン

12. ニュ
レストラ
ジュ。ミ
得しつつ
価格設定
されてい

慧美网
vimee.net
huda.com

慧美网
vimee.net
蝴蝶网
hudie.com

My Favorite Things

私だけの
ベスト・メモリー

ヴォーグ・エディター全員集
「私が選ぶ、思い出の特集

編集長からアシスタントまで、ヴォーグ ニッポンのエディターたちが選んだ、
“私が担当した一番思い出に残っているページ”。体力勝負の辛い経験あり、
編集者冥利に尽きる憧れの人との出会いあり……。裏話とともにお楽しみあれ!

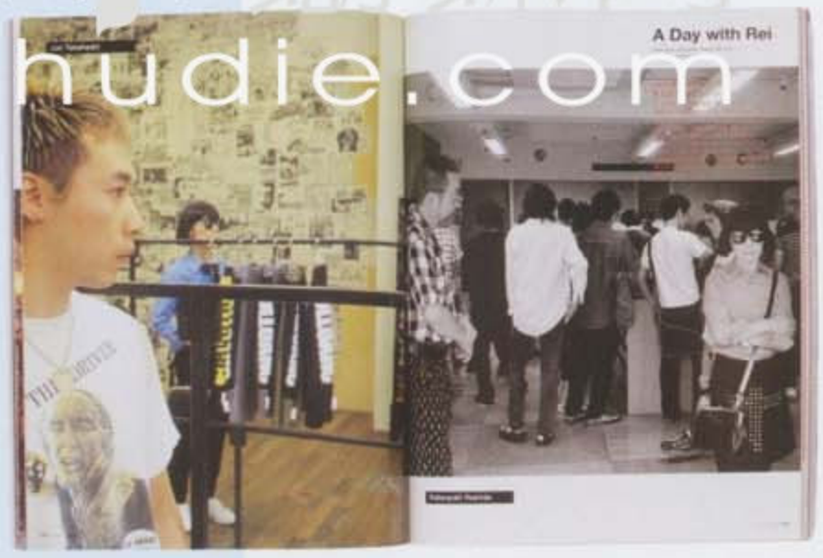
Cutout Photos: Hitoshi Fujimaki at Flame Editor: Maki Hashida

美の達人、編集長と各ディレクターが選んだ特集は

渡辺三津子
Mitsuko Watanabe
編集長

２周年記念号コム デ ギャルソン特集のためサラ・モーアも来日。そこで川久保さんから提案されたのは「私と私の同志たちを撮影すること」。ファッション界“最大の神秘”で写真嫌いの川久保さんと東京を巡った貴重な一日に。その後もお付き合いが続き、今年はコラボショップをオープン、10周年記念バッグも作っていただきました。今も日々刺激されまくっています。

「A Day w Rei」2001年9月号



2周年記念号の特集で提案された
川久保玲さんの驚きの発言とは?

ジーン・クレール
Gene Krell
インターナショナル・ファッション・ディレクター

創刊から無数のページを担当したが、山口小夜子の追悼ページほど反響があったものはない。たった１ページだったにもかかわらず、友人であるヴィヴィアン・ウエストウッドやクリスチャン・ラクロワ、そしてもちろん、読者からも多くのメッセージが寄せられた。１ページの中に凝縮された彼女の魅力と、私のエモーションが多くの人に伝わったことに感謝したい。

「山口小夜子が、わたしに遺してくれたもの。」
2007年11月号

1Pに込めた情熱で、
読者アンケート1位に。

松山ユキ
Yuki Matsuyama
ファッション・アクセサリー・ディレクター

動物を人間のように操るハートフルな巨匠、エリオット・アーウィット。彼の来日時に、犬のラブストーリーを依頼。ダルメシアンのカップルをあちこちで撮影したのだが、サカリの時期にぶつかり、カップルを入れ替えたのだが、掲載では誰も気付かず(笑)!でも光栄なことに、この写真がエリオットの写真集『DOGS』のカバーになり、私の人生の宝物である。

「Dog Day Afternoon(別冊 セレブな犬の生活)」2004年2月号

含みあり、心のあるものは、
人を癒し温かな気持ちにする。

アンナ・デッロ・ルッソ
Anna Dello Russo
ファッション・ディレクター アット・ラージ／クリエイティブ・コンサルタント

私がディレクションをした数々のストーリーの中で一番印象に残っているのは、イネズ・ヴァン・ラムズウィールド＆ヴィヌード・マタディンが撮影した白いドレスのストーリー。コットンのロマンティックなドレスを、“かわいい”というストレートな表現じゃなく、野性的で強い女性像に昇華できたから。荒野に佇むリリー・ドナルドソンが美しく際立ってます。

「The Wildness of White」2008年3月号

儚さの中に秘めた野性。
強さがあるビジュアルでした。

麻生綾
Aya Aso
ビューティ・ディレクター

「植村 秀がくれた、カラフルな『真理』。」2007年2月号

増田さをり
Saori Masuda
ファッション・マーケット・ディレクター

2008年8月号

2005年8月号

蝴蝶网 hudie.com
vimee.net

蝴蝶网
hudie.com
慧美网
vimee.net

My Favorite Things ♥

やっぱりパリ・コレはモードの最高峰。取材も気合いが入ります。

「パリ・コレ村の"春夏祭り"。」2009年1月号

橋田真木
Maki Hashida

シニア・ファッション・フィーチャー・エディター

[illegible]さんに撮影をお願いし、パリ・コレを[illegible]祭りに例えた特集。会場をミニチュアに仕立てるためにクレーンを用意し、20mもの高さから俯瞰で撮影。この[illegible]色とスリルは、フロントロウの人にも味わえない私たちだけの特権でした。でも、それ以上の思い出は、この10周年号！ 連日徹夜で発狂しそうでしたが、こんなビッグイシューを担当できて光栄です。

「初めてのパリ・コレ。」2005年2月号

荒井現
Gen Arai

ファッション・フィーチャー・エディター

「初めてのパリ・コレ。」は、僕にとって編集者人生の原点のような宝物。ショウの舞台裏から素朴な疑問まで、あらゆる出来事を体当たり取材しました。今しかできない！と意気込んで挑んだものの、スタッフに怒られたり門前払いされたりした苦い経験も含め、すべてが忘れられない思い出！ 同時にファッション界で働くことの楽しさや厳しさも教えてくれた企画です。

「パリ・コレ完全解析。」2007年6月号

村松杏子
Kyoko Muramatsu

ビューティ・エディター

「ストップウォッチ」と「[illegible]向かったのは、世界一華麗な[illegible]裏。そこでの私のミッション[illegible]コレを表現できるものを探す[illegible]モデルの数から、アナ・ウィ[illegible]物パリ・コレ常連者に「これ[illegible]コレですか？」とおそるおそ[illegible]こんなドキドキはパリでしか[illegible]

蝴蝶博客网 hudie.com

編集者冥利に尽きます！ あの人、この人に会えました。

「瀬戸内寂聴さん、悪い男は好きですか?」2009年9月号

飯田美穂子
Mihoko Iida

エグゼクティブ・フィーチャー・エディター

2001年3月号でウォン・カーウァイ監督が『花様年華』をインスパイアした『夏の終り』の作者、瀬戸内寂聴さんに会いたいという願いをエディターの石井伊都子さんが実現。以来、寂聴さんと「またヴォーグで素敵な対談を」という希望をイ・ビョンホンさんとの企画で叶えることができました。これから世界を視野に活躍する人々との出会いも読者にお届けします。

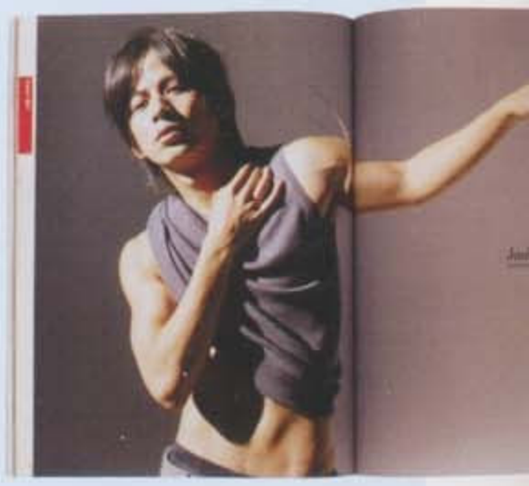
「Hair Power!」2004年7月号

中村真由美
Mayumi Nakamura

ファッション・フィーチャー・エディター

「モードの第一線で活躍するヘアアーティストのユージーン・ソレイマンを東京に呼びたい」という現編集長のひらめきで実現した企画。ヘアサロンを回ったり、撮影したり、食べたり飲んだり買い物したり……まるで恋人のように（！）濃密に過ごした1週間で、彼はモードの面白さ、仕事の奥深さ、楽しさを徹底的に教えてくれました。彼は私の「モードの恩人」です。

「VOGUE Boys」2005年2月号



松本野花
Yaka Matsumoto

ファッション・フィーチャー・エディタ[illegible]

05年末から『VOGUE NI[illegible] the Year』で毎年ご一緒する[illegible]信さんとの初仕事もこの時。[illegible]イズ"（岡田准一、佐藤隆太、[illegible]塚本高史、加瀬亮、成宮寛貴、[illegible]高に艶っぽく激写してくださ[illegible]実現したこの特集。間近で目[illegible]の色気は刺激的の一言でした[illegible]

vimee.net

「デザイナーの皆さまのアートコレクションを拝見!」2008年2月号

「モダン・デザインの巨匠、ファビアン・バロンに一問一答。」2008年4月号

「光の魔術師、ニコラ・ドゥジェンヌの多彩な人生。」200[illegible]

EONARD
PARIS
hudie.com
慧美网
vimee.net

My Favorite Things ♥

ビジュアル作りはヴォーグの真髄です。

「ヒップなニュー・ジェネレーションが流行を発信します。」2004年11月号

廣瀬純子
Junko Hirose
ファッション・フィーチャー・エディター

ロンドンで、ナターシャ・ロウやマシュー・ウィリアムソンなど、当時の若いクリエイター7人を撮ったポートレイトが印象に残っています。撮影直前までロケ場所が決まらずに四苦八苦していたのですが、皆でアイデアを出し合い、結果的にベイ・ガーネットの車を使っての写真に落ち着きました。彼らのエネルギーやコミュニティがしっかりと伝わる、思い出の一枚です。

「Perfect Pedicure」2006年8月号

高見沢里子
Satoko Takamizawa
コントリビューティング・ビューティ・エディター

「ペディキュアで6カット！」というワガママで始まった企画。フォトグラファーの土井浩一郎さんを悩ませ、スタイリストの亘つぐみさんのマノロを水浸しにし、ネイリストのHiroさんを2日にわたりしゃがませた撮影。皆様のおかげでパワフルな写真になりました。私事ですが撮影時は妊娠中で、初めての胎動が土井さんのスタジオだったのも忘れられません。

「2人のアバンチュール（別冊 VOGUE GIOELL

大沢京子
Kyoko Osawa
ファッション・アクセサリー・エデ

カメラマンのミッシェル
初めてのコンビだったので
ルで撮影も早くてびっくり
うに普段では絶対出さない
を出して、ミッシェルのへ
う頑張りました。大声を出
とへとになってしまったけ
納得のいく作品ができまし

秘境にも僻地にも！意外に過酷な海外取材。

「トラベル・ジャンキー、世界の果てに行く。」2006年11月号

林路美代
Romiyo Hayashi
コントリビューティング・ファッション・フィーチャー・エディター

インド、ブータン、エジプト、ケニアなど、創刊以来、多くの国を訪れました。が、中でも写真家の高橋ヨーコさんと旅した南米＆南極の女二人旅は思い出深いです。ドレーク海峡で船酔いに苦しんだり、パタゴニアで食中毒にかかったり、パスポートを盗まれたりと、苦労も多かったけれど、地球に生きる一人の人間として多くの事を学んだ"南極の旅"でした。

「Magical India」2007年7月号

「アートがファッションを刺激するように、
ファッションもアートをインスパイアします。」2008年3月号

辻富由子
Fuyuko Tsuji
ファッション・フィーチャー・
アシスタント

アフリカの自然に大地に学ぶ、スタイル・ナファ
2009年3月号

鈴木知子
Tomoko Suzuki
ファッション・フィーチャー
アシスタント

「Portrait of a City」2008年9月号

杉山祐衣
Yui Sugiyama
ファッション・アシスタント

「別冊Tokyo 100 chefs 100 dishes 2008」20

束野由佳
Yuka Tsukano
ファッション・フィーチャー
アシスタント

「Bright on White」
2006年5月号

アシスタントに必要なのは、ガッツと努力と忍耐です。

編集者なら誰しもが通ってきたアシスタント時代。ヴォーグ
も、いつか立派なエディターになることを夢見て、日々涙ぐま

蝴蝶网 hudie.com
vimeo.net

蝴蝶网 hudie.com
vimee.net

Patti Smith

Happy 10th Anniversary Vogue!

Sending you much love and happiness....

XO,

Mandy Moore

Mandy Moore

Photo: Jordan Strauss / WireImage

©2009 Takashi Murakami/Kaikai Kiki Co., Ltd. All Rights Reserved.

Nicky Hilton

NICKY HILTON

Vogue Japan,

Happy 10th anniversary! I'm a huge fan of the magazine. Keep up the good work!

Nicky XO

Aoi Miyazaki

Photo: Kishin Shinoyama

Vogue Nippon 様

10th anniversary おめでとうございます

私は、Vogueと出会いとても沢山、素敵な出会いを経験させて頂きました。

ありがとうございます。

これからも、Vogueと一緒に輝く女人を目指して頑張っていきたいです。

安藤美姫

Kazuyo Sejima & Ryue Nishizawa／SANAA

Photographers & Stylists

MICHAEL THOMPSON

10

CONGRATULATIONS!

Michael Thompson

Michael Thompson

Ellen Von Unwerth

I love to take pictures which are fun, sexy and adventurous. I am delighted to create some images in that spirit for Japanese Vogue.

Happy Birthday Japanese Vogue!

Ellen von Unwerth

PARIS 2000

Camilla Akrans

Congratulations on ten fantastic years!

XX Camilla Akrans

Tim Walker

Miles Aldridge

vimeo.net

hudie.com

Celebrities

Takashi Murakami

Tetsuko Kuroyanagi

Photo: Michael Loccisano / Getty Images

Victoria Beckham

Photo: OK Sun Pak

Mieko Kawakami

Liz Goldwyn

Josh Olins

Arthur Elgort

Patti Wilson

Manuela Pavesi

Koichiro Doi

Tom Munro

Dear Vogue...

Arthur Elgort
2008年8月号の撮影で、やりたかったことすべてが実現した。チームのみんなには本当に感謝しているよ。

Koichiro Doi
故・植村秀一氏との世代を超えた撮影は本当に楽しくて、生涯写真を撮り続けたいと感じた撮影でした。

Tom Munro

ヴォーグは私にとって日本にいる
美しい姉妹のような存在です。

I WISH AN HAPPY
10th ANNIVERSARY TO
VOGUE NIPPON.
NICOLAS G.

Nicolas Ghesquiere / Balenciaga

VOGUE NIPPON

Ann Demeulemeester

Hope and Love For the next 10 Years Vogue Nippon XXX Ann Demeulemeester

Diane von Furstenberg

VOGUE NIPPON 10 Happy anniversary love Diane von Furstenberg

Veronica Etro / Etro

Photo: David Sims

大好き VOGUE NIPPON!

Hanae Mori

Dear Vogue Nippon, Happy 10th Anniversary!!! Lots of ♡

ファッション、デザイン、カルチャーにおいて日本が誇るべき雑誌です!

ページを埋めるたくさんの写真とイラストが
創造性にあふれ、読み応えがあります。

MIUCCIA PRADA

My very very best wishes!

Miuccia Prada / Prada

★ RICCARDO TISCI ★

Love

Riccardo Tisci / Givenchy

Hair & Makeup

HAPPY BIRTHDAY, PETER PHILLIPS

Peter Phillips / Chanel

10th おめでとうございます
これからもがんばってね。かも

Katsuya Kamo

Dear Vogue...

Christiaan Houtenbos
10周年、とうとうティーンエイジャーになりましたね。楽しいスタイリングとテキストに期待しています。

Eugene Souleiman
美しい女性がプロのチームによって、スタイリッシュに生まれ変わった姿を見るのがとても大好きです。

François Nars
美しいものすべてが詰まった雑誌。私自身も女性を気分よくさせるメイクを発表し続けたいですね。

Tom Pecheux
ヴォーグのクリエイティブ・チームとの仕事が毎回楽しみです。10年

vimeo.net

ali / Blumarine

クオリティを維持したまま便利な情報を
届ける、読者の要望に応えた雑誌ですね。

ANNA SUI

Anna Sui

Congratulations Vogue Japan!
Wishing you 10 more years
of glamorous success!

皆さんにとって素晴らしい10年を
一緒にお祝いできて嬉しいです。

Reed Krakoff / Coach

Happy 10th Vogue Nippon!
Here's to many more chic decades!

オリジナリティ、発想力。
これからもシックな雑誌でいてください。

ジャパニーズファッションの今を
体現することを期待しています。

Ernesto Esposito / Bruno M

Consuelo Castiglioni / Marni

東洋と西洋のモード、アート、カルチャー
を紹介する幅広さが魅力です。

UELO CASTIGLIONI

EARS OF STYLE!
Birthday Vogue
pan

Always fascinating, glamorous
with such a combination of
avant-garde fashion and art
pages!
I wish you continous success!
James Ferragamo

James Ferragamo / Salvatore Ferragamo

カルチャー、ファッションに対する
日本的なアプローチがおもしろいです。

これからも私の好奇心を触発し、
素敵な夢を見させてください。

HAIDER ACKERMANN

STYLE 幸運！幸運！幸運！

NO./DATE ALTERATIONS

1999-2009 for these 10 years, what can I say!!
Just Keep Continue!! Congratulations!
With all my affection, H

Haider Ackermann

VOGUE JAPAN
HAPPY 10TH BIRTH
ALL BEST WISHES FROM
CHRISTOPHER BAILEY +
ALL AT BURBERRY!

Christopher Bailey / Burberry Prorsum

Buon Compleanno Vogue Nip
To 10 years of inspiring & exciting projec
I wish you the very best of luck, and lo
to following your adventure.
Love,

Giorgio Armani

JIL SANDER

渡辺編集長をはじめヴォーグの皆さんと
スペシャルな企画を実現させたい。

... for a closer future

Raf Simons / Jil Sander

都会的でクール！ クリエイションの
アイデアがいつも見つかります。

Maria Grazia Chiuri & Pier
Paolo Piccioli / Valentino

ビジュアルが素晴らしいです。
間違いなく世界をリードしているでしょう。

Vivienne Westwood

Artists

Eugene Souleiman

HAPPY BIRTHDAY
and many more
to come!
Love
EUGENE
XXXX

Yasuo Yoshikawa / CHICCA

François Nars /
NARS

Dear Vogue Nippon,

VOGUE 10周年
おめでとうございます!!

Congratulat

Happy 10 years!

www.pie.com

Designer

Alber Elbaz / Lanvin

Dear VOGUE NIPPON,

HAPPY 10TH Anniversary!

We Loooove ... you

Alber Lanvin

y 10th Anniversary
UE NIPPON

forward to the next 10 years !

Jill Stuart

Calvin Klein

創造性あふれるファッションストーリー
からつねに影響を受けています。

Happy Birthday
Vogue Nippon !

Francisco Costa

Francisco Costa / Calvin Klein

Rossella Jardini / Moschino

VOGUE NIPPON LADY
IN MOSCHINO!

To

VOGUE

from Moschino
HAPPY
ANNIVERSARY

LOEWE

CONGRATULATIONS!
VOGUE
ON YOUR
10TH BIRTHDAY

Stuart Vevers / Loewe

Tamara Mellon /
Jimmy Choo

atulations on your 10th Anniversary
ishing you all the best for 10 more!
Tamara

Photo: Getty Images

創刊号からずっと愛読しています。
ヴォーグの皆さん、本当におめでとう!

Brian Atwood / Bally

Happy 10th Anniversary
VOGUE Nippon !!!
Keep making beautiful
pages...

Brian Atwood

Victoire de Castellance / Dior Fine Jewelry

HAPPY Birthday
Victoire de Castellane
Vogue Japan !

Jason Wu

Jason Wu

Happy 10th
Anniversary !!
I ♥ VOGUE NIPPON

Angela Miss

1999
2009

Paul Smith

CONGRATULATIONS
VOGUE JAPAN !
BEST, TOMAS MAIER

Thakoon Panichgul /
Thakoon

10 SHUUNEN
OMEDETOU
VOGUE !!

Stephen Jones

Domenico Dolce & Stefano Gabbana / Dolce &

Tomas Maier / Bottega Veneta

独自の解釈で発信する。
ファッションとビューティが大好きです。

Photo: Kevin Da

Dear Vogue...

Happy Birthd

DOLCE & GABBAN

蝴蝶网
hudie.com
慧美网
vimeemei.com

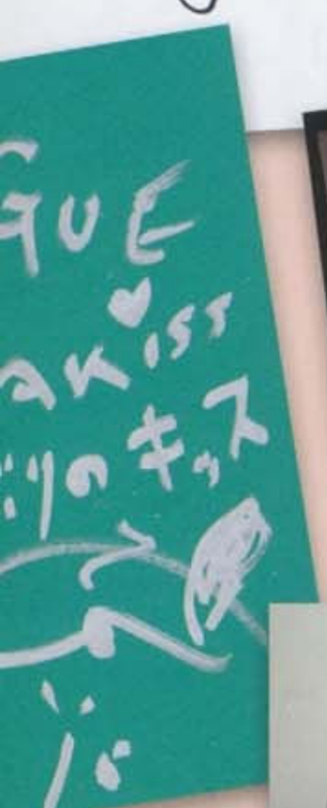
aperino & Peperone by Kuntzel + Deygas

Rob Ryan

Happy 10th!
Birthday to VOGUE
from Rob Ryan X

Terry Richardson

Happy 10 Year Bday!
xxx
Terry Richardson



i Araki

Mario Sorrenti

MARIO SORRENTI
224 CENTRE ST, 4th FLOOR, NY, NY 10013
212-941-6001F 212-941-6004

Dear Vogue Nippon,

It has always been great working with you. Thank you, and congratulations on your 10 Year Anniversary! Looking forward to many more.

All my best,

Mario

Well done you Vogue guys, try harder over the next ten years
Well done and all the best

Juergen Teller

SØLVE SUNDSBØ

HAPPY HAPPY BIRTHDAY. LOVE SØLVE.

Sølve Sundsbø

Mark Segal

VOGUE NIPPONは
ニッポンのヴォーグです
にほんでもニホンでも
日本でもない NIPPON
「なのが重要なところです。
世界最新の香りを、最高
のクオリティーでヴィジュアライズ
するニッポン一(イチ)の
雑誌です
10周年おめでとう
これからも期待しています
篠山紀信

Kishin Shinoyama

Dear Vogue...

Elliot Erwitt
10周年、大変おめでとうございます。この10年が、この先10年、20年と続くことを願っています。

Juergen Teller
2009年2月号のバレンシアガのバックステージ撮影はすごかった。興奮してずっとシャッターを押したよ。

Michael Thompson
ヴォーグの仕事はいつも自由にやらせてもらえるから楽しいね。おかげでスタッフの個性が生かせるんだ。

Richard Burbridge
たいていの場合、最初に手がけた仕事が、最も印象に残るもの。私の場合もそうですね。

DEAR VOGUE NIPPON HAPPY 10TH ANNIVERSARY

David Sims

Nicoletta Sa

雪美网 vimee.net
蝴蝶网 hudie.com

Photo: Barry King / FilmMagic

蝴蝶网
hudie.com

慧美网
vimee.net

蝴蝶素材网
hudie.com
慧美网
vimee.net

True Power, Lady in Red

蝴蝶网
hudie.com
慧美网
vimee.net

蝴蝶网
hudie.com
慧美网
vimee.net
JILI STUART

蝴蝶网
vimee.net

VOGUE NIPPON Archive Museum

Camilla Akrans
Ellen von Unwerth
Glen Luchford
Inez van Lamsweerde & Vinoodh Matadin
Mario Sorrenti
Mark Segal
Mert Alas & Marcus Piggott
Michael Thompson
Nobuyoshi Araki
Paolo Roversi
Sølve Sundsbø
Terry Richardson
Thomas Lagrange
Tim Walker
(A to Z)

慧美网
vimee.net

この10年間のヴォーグ ニッポンを彩ったトップ・フォトグラファーたち。
彼らが自身で選んだ、撮りおろしのアーカイヴビジュアルをディスプレイしました。
“誌上フォトミュージアム”で、彼らのクリエイションに改めて触れてみてください。
そこには10年間のモードの美学が映し出されています。

蝴蝶网
hudie.com
慧美网
vimee.net

Camilla Akrans

カミラ・アクランス

「彼女の直感力は素晴らしい。事前に考え抜いたアイデアに縛られず、そこで起こっていることに柔軟に反応するの。撮影に入ったとたん、目に入る被写体を瞬間的にとらえ、最高に美しく仕上げる瞬発力は、デイヴィッド・ベイリーを思い起こさせるわ」とカミラ・アクランスを評するのは、彼女とよく撮影を組むスタイ

蝴蝶网
hudie.com
慧美网
vimee.net

蝴蝶网
hudie.com

Ellen von Unwerth

エレン・ヴォン・アンワース

54年ドイツに生まれたエレン・ヴォン・アンワース。モデルからフォトグラファーへの華麗なる転身は、彼女が30歳のときだった。以来、挑発的ななかに、フェミニニティやユーモアを漂わせた独特のスタイルは変わらず、本誌でもさまざまな表情のモデルをモードと結びつけた作品を撮り続けている。スタイリストのベス・フェントンは彼女について「映画監督のようだ」と語る。「彼女は、自身のアイデアやコンセプトをモデルたちに話して聞かせるの。そうすることによって、エレンのパワフルなスピリットやエネルギーがきちんと伝わり、モデルたちを奮い立たせて彼女の世界観が創り上げられるのよ」。一見ごくナチュラルに思えるモデルたちの笑顔やポーズは、エレンのディレクションの賜物なのだ。

〈右〉May, 2003 〈左〉October, 2007

蝴蝶网
hudie.com
慧美网
vimee.net

蝴蝶网
hudie.com
慧美网
vimee.net

蝴蝶网
hudie.com

慧美网
vimee.net

Glen Luchford

グレン・ラチフォード

カルバン クライン、イヴ・サンローランなど数多くの広告ビジュアルを手がけるイギリス生まれのグレン・ラチフォードは、ファッション・フォトグラファーだけでなく映画監督の経験も持つ。本誌でも、映画的エッセンスを加え、ファッションに内在する演劇性を拡大するようなショットが目立つ。本誌インターナショナル・ファッション・ディレクターのジーン・クレールは、「グレンは、明確な定義付けをしたビジュアルが多いが、その中にもちゃんとニュアンスが感じら

蝴蝶网
hudie.com

Inez van Lamsweerde & Vinoodh Matadin

慧美网
vimee.net

イネズ・ヴァン・ラムズウィールド & ヴィヌード・マタディン

08年2月号より本誌のカヴァーを撮影しているオランダ生まれのイネズ・ヴァン・ラムズウィールドとヴィヌード・マタディンは、写真のみならず映像も手がけ、彼らの作品はコンテンポラリーアートとしての評価も非常に高い。本誌ファッション・ディレクター アット・ラージのアンナ・デッロ・ルッソ曰く、「彼らの写真には美学と教養が感じられます。ファッションはもちろんのこと、カルチャーのバッググラウンドも十分に意識しつつ、美しさの意味が常に込められた非

蝴蝶网
hudie.com
慧美网
vimee.net

慧美网
vimee.net

Mario Sorrenti

マリオ・ソレンティ

常に時代を一歩リードし、21 世紀を代表するファッション・フォトグラファーであるマリオ・ソレンティは、イタリアのナポリに生まれ、NYに育ち。アシスタントのデッロ・ルッソが、「彼の写真は昔から好きなの。特徴を一言で言うならば、"アンシュアル"。どのショットにも被写体の魂が感じられる」と評するほど、情熱的で時代の空気にマッチしたクリエイティビティを放っている。カルバン・クラインの広告でケイト・モスを一躍有名人に変えたのは有名な話だが、ケイト以外にも無数のモデルやセレブリティを魅了している。今の混沌とする東京に生きる

蝴蝶网
hudie.com

蝴蝶网
hudie.com

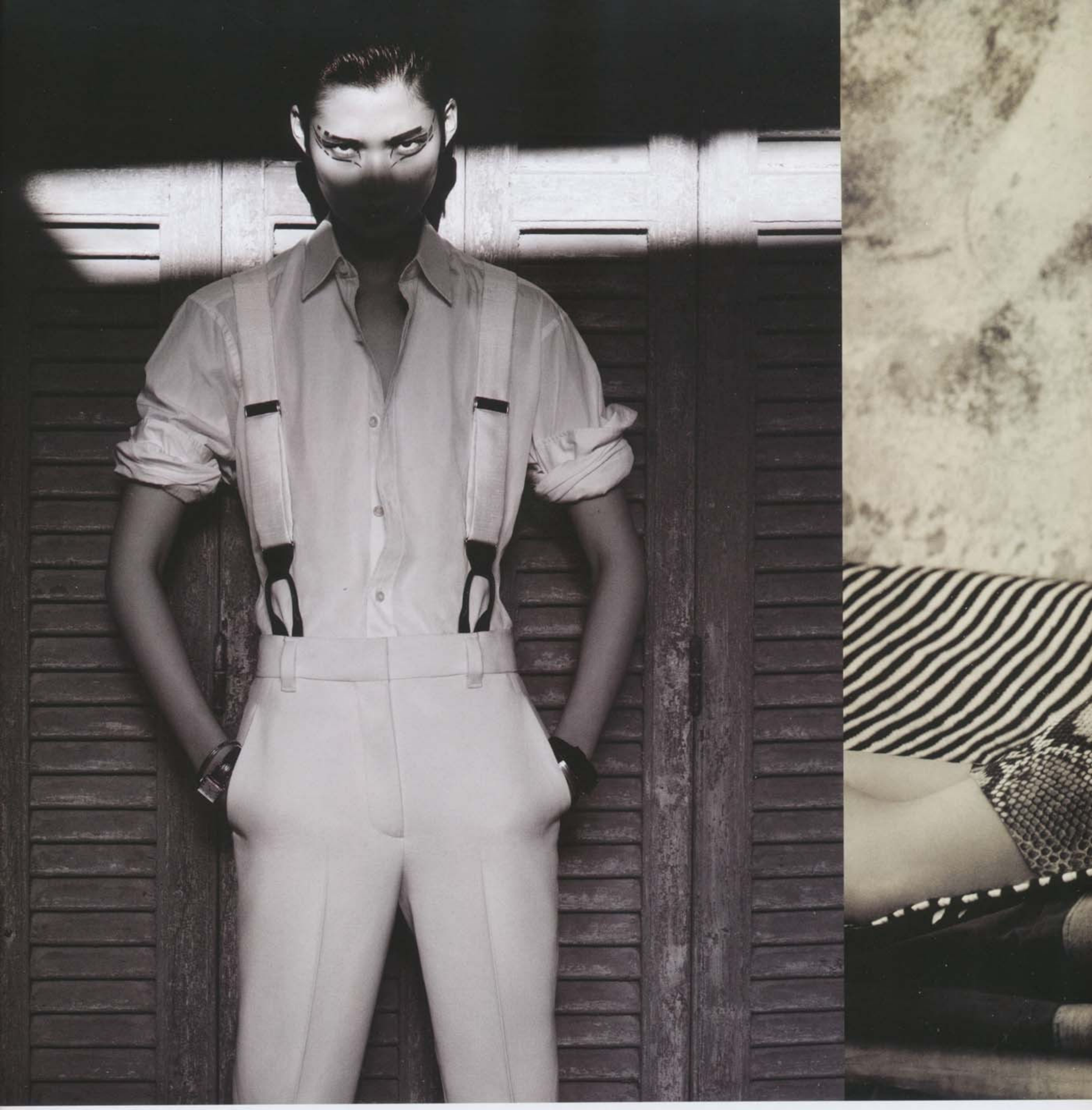
慧美网
vimee.net

Mark Segal

マーク・セガル

「サファリのストーリー（右）は、今までで一番、エキサイティングなロケだった。サバンナのような雰囲気が欲しくて、ロス郊外のとあるヒッピー地域に向かったんだ。そこに向かう道が険しくて真っ暗で……。撮影よりも往復の道の怖さのほうが印象に残ってるくらいだよ」と無邪気に語るマーク・セガル。「写真フェア「パリフォト」の最優秀新人賞の受賞経験を持つフランス出身のマークは、そのピュアな性格のなかに見え隠れする野性的な鋭い感性が特徴だ。本誌ファッション・マーケケット・ディレクターの増田さをりは、「彼は写真の背景にあるストーリー

vimee.net



慧美网
vimee.net
蝴蝶网
hudie.com

蝴蝶网
hudie.com
慧美网
vimee.net

蝴蝶网
hudie.com

慧美网
vimee.net

Mert Alas & Marcus Piggott

マート・アラス & マーカス・ピゴット

デジタルの技術を巧みに駆使した強烈なインパクトのある作品で、若いながらもキャリアの頂点を極めているマート＆マーカスの二人は、たびたび“ギィ・ブルダンの再来”とも評される。「彼らがキャリアを始めた頃から、衝撃的な作品だと思っていました。モデルとファッションに対する見識が深く、強さとグラマラ

蝴蝶网
hudie.com

Michael Thompson

マイケル・トンプソン

アーヴィング・ペンに師事し、ビューティ雑誌アルーアの創刊に携わったことを機に独立したマイケル・トンプソンは、ファッション、セレブ、ビューティと自在にこなす。なかでも「ヴォーグ ニッポンでの一番の思い出は、ビューティストーリー」と自分で言い切るほど、ビューティへの想いは強い。本誌ビューティ・ディレクターの麻生綾は、「彼の作品にはとにかく『チカラ』がある。近未来をテーマに撮った07年の作品（左）に代表されるように、アイデアの秀逸さや構図の大胆さだけでなく、写真そのものの強さに惹かれます。でも、2年ほど前に東京で開かれた彼の個展で会ったときは、巨匠オーラどころかシャイな青年というギャップに驚いた」そう。日本人の母親を持ち、親日家としても知られている。

〈右〉September, 2001 〈左〉May, 2007

vimeo.com/

蝴蝶网
hudie.com
慧美网
vimee.net

vimee.net
蝴蝶网
hudie.com

蝴蝶网
hudie.com
美网
vimee.net

Nobuyoshi Ara

荒木経惟

大胆な女性の描写や、日常の花や風景をドラマティックにとらえ
る巨匠、荒木経惟。直截的な性描写が衝撃的で“エロス”や“情
詞となっているが、自在なアングルと躍動感にあふれた表現方法
モードに昇華する感性も持ち合わせており、世界中のファッショ

蝴蝶网
hudie.com

意大网
vimee.net

Paolo Roversi

パオロ・ロベルシ

柔らかい空気感、触れたら壊れそうな繊細なムード。47年、イタリアに生まれのパオロ・ロベルシは、実験的なライティングとポラロイドを駆使してカラー写真の表現の可能性を探求し、かつポエティックで儚い世界観を語り続けている。80年代前半よりパリを拠点に各国版のヴォーグを始めとするモード誌で活躍、広告写真では、ディオール、コム デ ギャルソンなどを手がけた。ジーン・クレールは、彼の作品をこのように述べた。「パオロは時に雲の中にいるかのような、そして時に天使をイメージさせるような写真を撮るドリームメーカーだと思う。そう、彼はま

慧美网
vimee.net
蝴蝶网
hudie.com

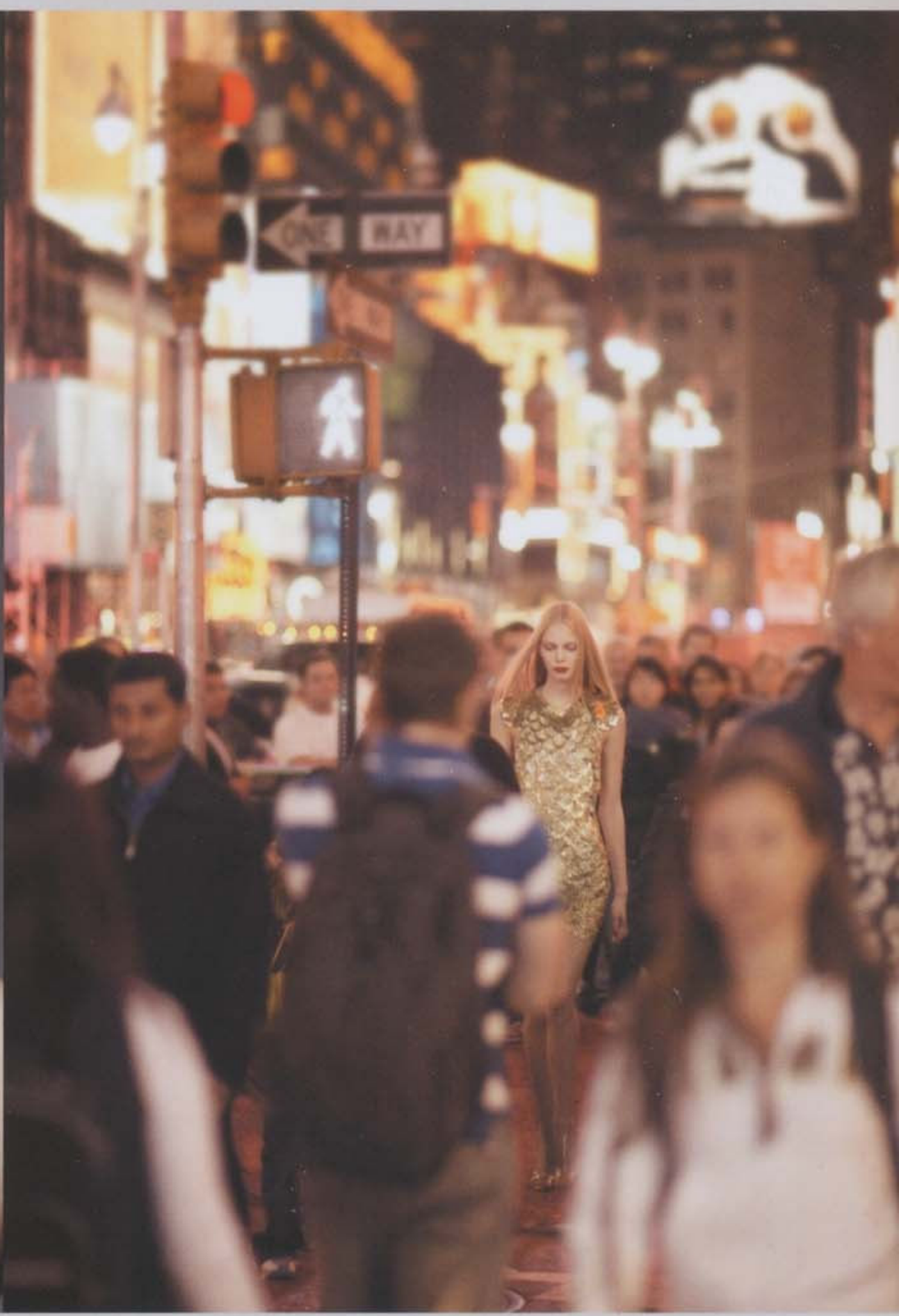
慧美网
vimee.net
蝴蝶网
hudie.com

Sølve Sundsbø

ソルヴァ・サンズボ

「ヴォーグ ニッポンで仕事をして10年が経つなんて信じられないです。モロッコの砂漠での撮影や、カリフォルニアでの砂嵐にあいながらの撮影は、私にとって宝物のような思い出です」と自身で述べているように、創刊当時から本誌でも活躍し、モード界を牽引し続けているソルヴァ・サンズボ。「一枚の写真がまるで映像の世界へと発展するかのようなダイナミズムを感じる」と増田さをりが語る通り、彼の写真は瞬間に生まれる審美を本能的にとらえていて、スチールであるのに“静”を全く感じさせない。ファッションのみならず、本誌を含め、ランコム、エスティ ローダーの広告など、ビューティのビジュアルも多く手がけている。ノルウェーに生まれ育ち、ロンドンをベースに活躍中。

〈右〉July, 2002 〈中〉August, 2007 〈左〉March, 2008



蝴蝶网 hudie.com
慧美网 vimee.net

慧美网
vimee.net
蝴蝶网
hudie.com

Terry Richardson

テリー・リチャードソン

挑発的なアプローチのフォトグラファーといえば、テリー・リチャードソンの右に出る者はいないであろう。彼の反逆的精神は、時にセンセーショナルで、コントラバーシャルでもあるが、それゆえ、見る者に強烈なインパクトを残す。本誌編集長の渡辺三津子曰く、「テリーとは創刊当時からのお付き合いです。最初はエッジィでストリートな印象が強くありましたが、最近はモードを非常にエレガントに

蝴蝶网
hudie.com

慧美网
vimee.net

Thomas Lagrange

トーマス・ラグランジェ

スティルライフとビューティを中心に活躍。数多く手がけた本誌の中でも、06年のジュエリーストーリー（左）が特に印象的だそうで、「思い出すだけで笑っちゃうよ。ユキ（本誌アクセサリー・ディレクターで、このストーリーのファッション・エディター）が鞄に忍ばせていたシャブリを横目に見ながら、美味しそうなオイスターを撮ってたんだから。仕上がりはルイス・ブニュエルの映画のワンシーンみたいに素敵になったよ」と思い出を語ってくれた。彼に絶大なる信頼を置いている松山は、「彼の思考回路はとてもフレンチシック！　本来心のない（動か

vimee.net
蝴蝶网
hudie.com

慧美网
vimee.net
蝴蝶网
hudie.com

蝴蝶网
hudie.com

慧美网
vimee.net

Tim Walker

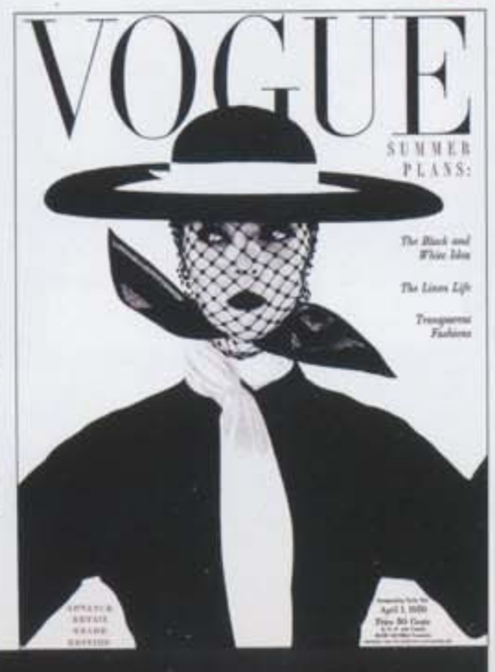
ティム・ウォーカー

「私にとってファンタジーとは、心を自由にし、現実には達成できないことを生み出せる特権のことを指します。そしてファンタジーは、想像をどんどん膨らませるのです。たとえ、くだらないと人に映ることも、非凡なものに変えることは

vimeo.net
蝴蝶网 hudie.com

蝴蝶网
hudie.com
慧美网
vimee.net

蝴蝶网
hudie.com



US VOGUE April 2006

慧美网
vimee.net

What Is VOGUE?

あなたは「VOGUE」をどこまで知ってい AtoZのキーワードで、ヴォーグの歩みを

Editor: Yaka Matsumoto

Attitude

ヴォーグのものづくりに対する姿勢（アティチュード）、ヴォーグにかかわる人々のファッション、そして仕事に対する姿勢そのものがヴォーグなのだ。そのすべてを臨場感たっぷりに伝えるドキュメンタリー映画が上陸する。ヴォーグのアティチュードが詰まった『ファッションが教えてくれること』(A) は、新宿バルト9ほかにて、11月7日公開。

Beautiful People

裕福でファッショナブルな人々をさす表現として、1960年代に頻繁に使われたフレーズ「ビューティフル・ピープル」は、当時の編集長ダイアナ・ヴリーランドが提唱したヴォーグを発信源とする流行語大賞のようなもの。ヴォーグのエディターとしても活躍したバーバラ・クッシング・モーティマー（通称ベイブ・ペイリー）をはじめとするソーシャライトや、ケネディ家の人々がその代表格として扱われた。(B) 仕事中のペイリーをホルスト・P・ホルストが撮影した名作。

Condé Nast

1909年に経営に参入し現在のヴォーグの根幹を築いたのが、『コリアーズ』（米週刊誌、すでに廃刊）の広告担当マネジャーだったコンデ・ナスト。ヴォーグの出版元でもあり、アメリカで最大の雑誌社コンデナストの社名の由来となった人物だ。1920年代、30室ある彼のペントハウスで夜な夜な開かれたカクテルパーティには、俳優フレッド・アステアや女優リン・フォンタン、詩人エドナ・セント・ヴィンセント・ミレーなど各界のセレブリティが常連として集っていた。

Diana Vreeland

Elegance is refusal ——「エレガンスは本質的に備わっているもの。着飾ることとは関係ありません。"エレガンスとは拒絶することなのです"」ほか、数々の名言を残し、ファッション界の伝説となったアメリカン・ヴォーグの名物編集長ダイアナ・ヴリーランド (D)。ヴォーグにも頻繁に寄稿していた作家、トゥルーマン・カポーティは、ヴリーランドを、「アメリカ女性の趣味の良さに最も貢献した。彼女は天才だが、その天才ぶりは一部の人にしかわからない。なぜなら彼女の天才ぶりを理解するにはこちらも天才でなければならないからだ」と評している。

Extreme Beauty

常識を気持ちよく飛び越え、予定調和を崩し、読者をあっと驚かせるようなヴィジュアルやイメージを、「究極の美」へと昇華させるのもまた、ヴォーグの真骨頂。ジュリー・ホールが生肉を片目にあてがっている鮮烈なイメージ (E) は、写真史に残る名作となった（アメリカン・ヴォーグ1974年10月号掲載）。撮影は、オーストラリアン・ヴォーグでキャリアをスタートさせたヘルム

Grace and Gla

ヴォーグで働く女性たちの採用 味のよさ」「育ちのよさ」「脚の長 けしたスタイル」だった。古くは シントンの直系子孫マーガレッ テキサスの大富豪を父に持つメ ケンブナー、最近ではローレン まで、いつの時代もグレース（気 ー（魅力）を兼ね備えた「良家の 誌の顔として在籍していた。 1950年代のファッション・エデ ム・マクマナス夫人 (G1) と、 ったコンスエロ・クレスピ伯爵 の女性が伯爵夫人。向かって左 伯爵。右隣はフィレンツェの旧 妻）も圧倒的な気品を備えた人

High Society

各時代の頂点を極めた人々のハ スタイルにフォーカスし続けて イギリス国王エドワードの妻ウ ン (H2) は、パーティマナーに か、幾度となくヴォーグの誌面 代では、アニー・リーボヴィッ 動産王ドナルド・トランプの新 ランプの妊婦ポートレイト (H い。

Irving Penn

1962年から1994年までアメリ エディトリアル・ディレクター ンドと並ぶヴォーグ最大の貢献 アレクサンダー・リバーマン。 40年代からヴォーグでキャリア たアーヴィング・ペンは、90 現役！ ヴォーグ誌上最も長く る写真家だ。リバーマンとペン えるモノクロ写真が表紙を飾っ (I) は、古き良きヴォーグの象

Jacqueline Ke

まだ、彼女がジャクリーン・ 1951年、ジャッキーはヴォー リ・ド・パリ」作文コンテスト 優勝を記念してポートレイトも 彼女は当時、「このコンテスト 由を手に入れられる」と語って ときのヴォーグの編集長ヴリー ストレディになってからのジャ ョンアドバイザーでもあった。

Kate Moss

イギリスはもちろん、世界各国 となく表紙を飾るケイト・モス その数を確認すると、「本当に

慧美网
vimee.net
蝴蝶网
udie.com

What Is VOGU

L

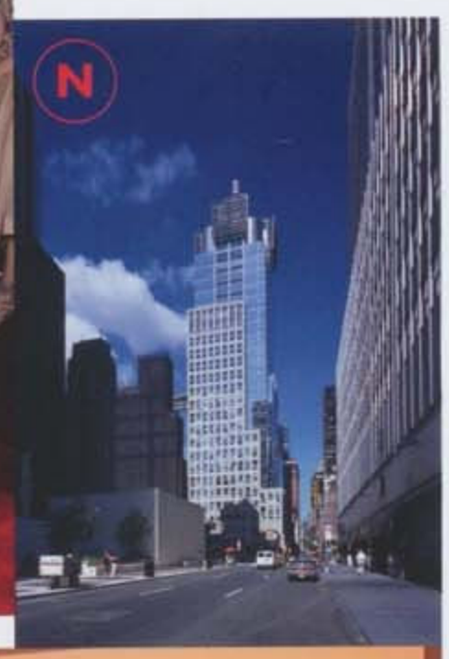
US VOGUE December 1998

US VOGUE March 2009

P1

P2

M



N

R

V

W1

W2

Z

US VOGUE September 1999

T

S

US VOGUE July 1967

Legend

写真史上に残る伝説的なカットや、スージー・パーカー、ツイッギー、ペネロペ・トゥリーといった伝説的モデルの誕生の背景にはいつもヴォーグの存在があった。「40年代の12人のトップモデルたち」と題されたアーヴィング・ペン撮影によるこの傑作（L）もまた、ヴォーグが生んだ伝説のひとつ。そこには、ペンの妻でもあった当時のスーパーモデル、リサ・フォンサグリーヴス（中央で向かって右を向いているパールネックレスの女性）の姿も。

Met-Gala

近年のファッションシーンにおいては、アカデミー賞よりも注目度が高いとさえ言われるメットガラ（The Metropolitan Museum of Art Costume Institute Annual Benefit Gala）。大規模なファッション展開催を祝い、多くのファッションセレブやハリウッドスター、文化人が集うこのガラを、美術館とともに主催するのはアメリカン・ヴォーグ現編集長アナ・ウィンターだ。(M) 2009年のガラに集結したトップモデルたちが会場に華を添える。

New York

世界のカルチャーが混沌と集い、アメリカという唯一無二の国を象徴する街、ニューヨーク。ヴォーグはこの街で生まれ、この街の文化に育まれて成長してきた雑誌でもある。コンデナストの本社ビルは、世界随一の文化都市の中心部、タイムズ・スクエアの一角にある（N）。

Only One

「ヴォーグのように、ファッションをただ見せるだけでなく、ファッションとは何か、どうあるべきかを定義する雑誌はほかにはない」。ヴォーグニッポンのインターナショナル・ファッション・ディレクターであるジーン・クレールはそう語る。「モデルも、写真家も、スタイリストもヴォーグで仕事をすることをゴールに掲げている。ファッション界に生きる者にとっても、ヴォーグはそれだけスペシャルかつ唯一無二の存在なんだ」

Power

ファッションピープルだけでなく、ファーストレディや政治家、文化人、ハリウッドスター……、各時代のパワーあふれる女性たちが、自身を語る場として選び、登場するのもまた、ヴォーグの誌面。1998年12月号の表紙を飾ったヒラリー・クリントン（P1）についで、2009年3月号では、ミシェル・オバマ（P2）も大統領夫人となって初の雑誌インタビューの場に、ヴォーグを選んだ。

Quality

上質なファッションとカルチャーを愛し敬う読者たちに届けたい、と部数よりも質に徹底的にこだわったというヴォーグの立役者、コンデ・ナスト。彼が常々口にしていた言葉、それが「Quality not Quantity（量より質）」だ。創成期に生まれたヴォーグの質へ対するこだわりは、1世紀以上を経た今も脈々と受け継がれている。

Relationship

新人デザイナーへの経済的な支援を目的にしたCFDA／VOGUE ファッション・ファンド・ア

まりにも有名。2008年9月号
画公開に合わせて、『SATC』別
話題に。

Trend Maker

1999年9月号で、編集長アナ
めて表紙にグウィネス・パル
（T）ことがきっかけとなり、
ョン界における空前のセレブブ
あらゆるブランドがセレブをミ
性たちはセレブのファッション
ように。時を同じくして、ヴォ
紙に使い、世界的なファッション
う、トレンドをつくるのはいつ
なのだ。

Upbeat

「世界大恐慌の時代も、第二次
ォーグはその販売部数をいち
た」とジーン・クレール。「ヴ
とは、人々を勇気づけることで
ることではない。人生礼賛（C
それがヴォーグの使命なのだ
下でも一貫して明るく、前を向
ファンタジーと、夢を与え続け

VOGUE

すべての始まりは、1892年。「
ションと、華やかな生活を伝え
ン」として創刊された『VOGU
に最先端のファッションを軸に
な精神で各時代を“記録”し、
いる。現在のコンデナスト社の
ューハウスが「Bible of Fashi
グに求めるものは、「Best of
記念すべきVOGUE創刊号の表

Writers

トゥルーマン・カポーティ（W
ディディオン（W1）をはじめ
初期にヴォーグに寄稿すること
いていった作家たちも少なくな
ッシュ・ヴォーグが60年以上
るVOGUE タレント・コンテ
イターズ賞は、英国でもっとも
ひとつに数えられ、サラ・モー
ャーナリストや作家を輩出して

X-factor

ヴォーグがヴォーグたる所以。
グたらしめるもの――それらを
やっぱり言葉にしつくせない何
と残るはず。最後のX-factor
答えは、読者ひとりひとりの手
るのかもしれない。

Youthquake

60年代のロンドンでは、ビー
現し、モッズファッションが
なロンドン発の若者カルチャー
ーランドは「ユースクエイク
名付け、その世界観やムードを
ニスカートとタイツといったフ
した。ユースクエイクのミュ
（Y）やイーディ・セジウィッ

慧美 vimee.net

蝴蝶网
hudie.com

MACKINTOSH

www.mackintosh-uk.com

慧美网
vimee.net

TUMN WINTER LADIES — 伊勢丹新宿店 03-3352-1111 バーニーズ ニューヨーク銀座店 03-3289-1200 BEAMS HOUSE ROPPONGI 03-5413-7690
E CLASSE青山店 03-5469-8868 IÉNA青山店 03-5468-3222 L'APPARTEMENT deuxième classe青山店 03-5778-4919 anatelier神南店 03-3770-4315
ON 03-5159-7800 DRAWER 青山店 03-5464-0226 SHIPS 銀座 WOMEN'S店 03-5524-0283 新宿髙島屋 スタイル＆エディット 03-5361-1111
RIOR 神南本店 03-5457-2431 ユナイテッドアローズ 原宿本店 ウィメンズ館 03-3479-8176 TOMORROWLAND 03-5456-4630 エリオポール代官山 03-3770-6438

蝴蝶网 hudie.com

April, 2000
Angela Lindvall

March, 2000
Trish Goff

February, 2000
Carolyn Murphy

January, 2000
Maggie Rizer

December, 1999
Milla Jovovich

November, 1999
Naomi Campbell

October, 1999
Jacquetta Wheeler

December,
2000
Ai Tominaga

当時、ルーズソックスを履く高校生だった冨永愛。来日中の写真家レイモンド・マイヤーの目に留まり、NYでのカバー撮影となった。

October, 2000
Christy Turlington

September, 2000
Kirsty Hume

August, 2000
Maggie Rizer

July, 2000
Hilary Swank

June, 2000
Ayumi Watanabe

January, 2001
Angela Lindvall

November, 2000
Claire Danes

VOGUE NIPPON Cover Girls

ヴォーグのカバーは時代の顔。
10年間のカバーガールたち、
すべてお見せします!

March, 2001
Kate Moss

創刊号
スが、
ブとな
ッシウ
を醸し

June, 2001
Maggie Rizer

May, 2001
Devon Aoki

April, 2001
Tetyana Brazhnyk

January, 2002
Ao Gaot

December, 2001

November, 2001
Trish Goff

October, 2001
Stella Tennant

September, 2001
Tasha Tilberg

蝴蝶网 vogue.com

vimeo.com/

蝴蝶网
hdie.com

October, 2006
Stella Tennant

September, 2006
Natalia Vodianova

June, 2006
Lily Donaldson

モデルの主流は、ドール顔からより繊細なフェアリー系へ。とりわけ脚光を浴びたのが、写真家マシュー・ドナルドソンの愛娘リリィ。

August, 2006
Natalia Vodianova

July, 2006
Julia Stegner

May, 2006
Jessica Stam

April, 2007
Jessica Stam

March, 2007
Vlada Roslyakova

February, 2007
Sasha Pivovarova,
Coco Rocha

January, 2007
Gisele Bundchen

December, 2006
Gemma Ward

December, 2007
Lily Donaldson

November, 2007
Tanya Dziahileva

October, 2007
Jessica Stam

September, 2007
Sasha Pivovarova

August, 2007
Jessica Stam

July, 2007
Lara Stone

June, 2007
Doutzen Kroes

June, 2008
Stella Tennant

May, 2008
Christy Turlington

April, 2008
Daria Werbowy

March, 2008
Angela Lindvall

August, 2008
Sasha
Pivovarova

174cmと小柄ながら、オーラを放つサーシャ・ピヴォヴァロヴァ。アートへの造詣も深く、NYの自宅にはアートスタジオを構える。

February, 2008
Kate Moss

March, 2009
Anna
Selezneva

モスクワ生まれのアップカミング・モデル、アンナ・セレズネヴァ。6歳からモデルを夢見ていた彼女に、次な

November, 2008
Freja Beha Erichsen

October, 2008
Lily Donaldson

September, 2008
Natasha Poly

May, 2009
Eniko Mihalik

February, 2009
Freja Beha Erichsen

January, 2009
Daria Werbowy

December, 2008
Raquel Zimmermann

vimeo.com

蝴蝶网
hudie.com
慧美网
vimee.net

流れの速いモードの世界にあって、10年というのはとてつもない時間。
その間にさまざまなトレンドが生まれただけでなく、ブランドでは
大掛かりな再編成が行われ、アーティストたちはコラボに参入。
ファッションビジネスの形も、大きく様変わりしました。でもその中心にいるのは、
やはりデザイナー。夢を与え、社会を動かしてきたデザイナーの10年を、
サラ・モーアと一緒に振り返りましょう。

A Decade Designers

デザイナーが歩んできた、この10年

Text: Sarah Mower　Editors: Junko Hirose, Tomoko Suzuki

2002年9月号

HUSSEIN CHALAYAN

HUSSEIN CHALAYAN

トップショップといち早くコラボをしたり、アスプレイのクリエイティブ・ディレクターをつとめたりと、フセイン・チャラヤンにも、モード界の動きが如実に反映。

2004年4月号

ドラマを作るスター&時代を築いたキ

TOM FO

TOM FORD F

ブランド再編性の
その渦中にあって
サンローランで
いたトム・フォー
の世界へも活躍の

2000年8月号

2005年8月号

KARL LAGERF TADAO

CHANEL

ザハ・ハディドと
に新しい、カール
ド。ビアリッツの
藤忠雄に頼んだと
ショウの合間をぬ
テージで対面。

蝴蝶网 hudie.com
慧美网 vimee.net

シャネルは
ンティノは
ンダー・マッ
・チャラヤン
を本気でやっ
肝を抜き、あ
ウイー は1
ン ハショ
ち込み ンャ
真っ白なドレ
ローの塗料を
6年秋のパリ
をガラスのピ
させた。一方
01年秋冬にコ
カートに変え
、2007年
スでファッシ
た)。また、
なパーティも
ジェイコブス
日の美しいタ
れ落ちる運命
むニューヨー
フターパーテ

取って代わっ
、ファッショ
となった(2
ラガーフェル
ニコール・キ
ャーして、シ
刺的に「赤絨
てた。キッド
ンが撮影した
ーシャルにも
アーティスト
ラボレイトし
逢とルイ・

さに
。

EXANDER
QUEEN
XANDER McQUEEN
キングなほどのセックスア
と前衛的スタイルを強調し
アレキサンダー・マックイー
ペクタクルなショウとアグ
ヴな女性像が、コレクショ
期待を掻き立てる突出した

JACOBS×
SHI
KAMI
TTON
ッポラらイット・ガ
バイされたスウィー
ションで、大人気とな
ジェイコブス。03
ヴィトンから、村上
バッグも誕生してい

STELLA
McCARTNEY×
LIV TYLER
STELLA McCARTNEY
オーガニックライフの実践や、キャリアも家庭も犠牲にしないリアルスタイルが共感を呼ぶステラ・マッカートニー。本誌では、旧知の親友リヴ・タイラーと対談。

はヘルツォーク・ド・ムーロンが設計。シャネルはモバイルアート展を開くにあたり、ザハ・ハディドとコラボ)。いたるところにドラマがあり、魔法のような魅力があり、さらにその上を行くドラマが生まれた。まさに度を越した10年だった。

そして服飾。私たちは身につけるものにどれほど極端だったことか! そして顔と身体を変えるためなら、何でもする覚悟だった。手術、美容整形、ダイエット! この10年は、すべてのものが大げさに表現された。巨大なハンドバッグ、とんでもなく高いヒール、マイクロミニのスカート、ゴールド、ダイヤモンド、顔をはみ出すサングラス、ヒップハングのパンツ、ビッグショルダー、などなど。また、ヘアやまつ毛のエクステンション、タンニングスプレー、ボトックス、リップインプラントは言うに及ばず、(賛否両論はあるが)サイズ・ゼロが標準となった。

これら諸々の発端は何だったのか? 極端な時代の幕開けを象徴するイメージを挙げるとすれば、2000年、ヴェルサーチのドレスを着て現れたジェニファー・ロペスだろう。脚を露にし、臍まで開いたジャングルプリントのグリーンのガウン。あの最高に大胆なルックこそが、セレブとファッションが融合した瞬間だった。J・Lo その人の華々しい登場がそれに先立つドナテッラ・ヴェルサーチのキャットウォークショウ(モデルはアンバー・ヴァレッタ)をはるかに超える世界的事件となった。それだけでなく、当時はほとんど無名の歌手にすぎなか

ドの顔となり、やがて自分のブランドを持つデザイナーとなりあまりに多すぎて書ききれない。

ファッションパワーの大々的な再編成は、1999年から2000年にかけて起きている。グッチ・グループは、アレキサンダー・マックイーンを皮切りに、ステラ マッカートニー、バレンシアガ（ニコラ・ゲスキエールとも）を買収し、ついにはYSLを傘下に収めた。90年代に独立系のブランドとしてミニマリズムを牽引したヘルムート ラングとジル サンダーはプラダの傘下に入った。いずれの企業も当時、クリスチャン ディオールやルイ・ヴィトン、ジバンシィ、セリーヌ、ロエベを傘下に持つLVMHの勢力に直面していたのである。俗悪なこの10年の初期の様相は、いかがわしく、セクシーで、退廃的だった。YSLを手にしたトム・フォードはロダン美術館の庭園にブラックボックスをしつらえ、タキシードできめた若い男たちを「儀仗兵」のように並べてショウを開いた。彼はあらゆる限界を押し広げてセンセーションを巻き起こし、タブーの領域に挑んでいく。YSLのフレグランスNuの発売キャンペーンでは、数十人の半裸の男女ダンサーが風防ガラスのボックスの中で身をよじって踊り、グッチの広告ではモデルのアンダーヘアをGの形に剃らせた。

しかし9・11がすべてを変える。パフォーマーたちが高級ブラ

JUNYA WATANABE

JUNYA WATANABE
COMME DES GARÇONS

テクノロジーを追求した雨の中でも着られる服から、リーバイスとのダブルネームまで。美しさのみならず、毎シーズン、世界に驚きと感動を与え続ける、渡辺淳弥。

JUN TAKAHASHI

UNDERCOVER

原宿を代表するストリートのイメージが強かった、高橋盾のアンダーカバー。2003年春夏、パリコレ・デビューでワールドワイドな存在に成長。

JOHN GALLIANO

CHRISTIAN DIOR

ジョン・ガリアーノのファンタジー溢れるドラマティックな世界。本誌がはディオール生誕100年を祝う05/06秋冬オートクチュールコレクションを、パオロ・ロベルシがステラ・テナントらスーパーモデルで撮りおろした。

ドレスが日常のワードローブに

そしてそれ人気が続くド返せば、囁くリケートな女げるものだっいたのは、2に出現したアだろう。切りス、チュールンティーク風ーネックレスコスチュームし、今も続「上品」とかアイデアに魅ナーたちの感スのデザイエ・ティスケ

なものに、私た
服をおぼえた。
態に陥った20
ションも他の似に
感を味わう。し
あって、日本人
ちえて、そして
を取り上げた。
年に初めてパリ
ルーデカラ！のシ
地盤した。渋谷
で愛と平和のコ
イ、し、多くの
いた。ヴィクク
きな花柄のドレ
ちがヒステリッ
るショウを開
で踊るように」
身の弁）。誰も
渇望していた。
は影をひそめ、
の、もっと繊細
たのだ。

vimee.net

くしたドレ
ラマチック
トで発表し、
対する人々
た。ニュー
エンザ・ス
ーゼンが登
テザインし
るバロメー
50年代風
・ツーリス
表した正真
チャ・プラ
行が終わり、
とを告げる
夏からはY
ー、ステフ
える。ピラ
を指向せず、
のチューリ
ベルトをデ
アイテムも
れ、日常の
ードローブ

だいに陽気
株式市場を
ジファンド
ガリッチな
ても、時代
た。経済が上
わかるよう
景気を謳歌
トバッグ」
ができた。
する新しい
トカードを
な女性たちま
に乗って、イ
るみる高騰

OLIVIER THEYSKENS
ROCHAS

03/04年秋冬コレクションから、ロシャスを手がけたオリヴィエ・ティスケンス。シャンティレースを使ったドレスの美しさに、ファッショニスタは以降、クチュール的な服の虜となる。

蝴蝶网
hudie.com

VIKTOR & ROLF
VIKTOR & ROLF

それまでのコンセプチュアルなイメージから一転。03年春夏のヴィクター＆ロルフは、「花が歩いているような感じをイメージ」。弾けるようなエネルギーをコラージュで。

ALBER ELBAZ
LANVIN

切りっ放しのドレスに、チュールでラッピングしたパールのネックレス。ランバンのアルベール・エルバスによって生まれたトレンドは限りない。京都を訪問した際には、芸姑と珍しい2ショット。

2003年6月号

2004年8月号

2006年8月号

アッションでも受け入れることがはっきりしてくる。極端すぎてとても着られたものじゃないと批評家たちが真っ先にこき下ろすランウェイのルックが、店頭では真っ先に売り切れ、何か月も待たなければ手に入らず、コピー商品が出回った。まず2006年にグッチとYSLがプラットフォームシューズを発表。シーズンを追うごとに、それは厚く、高くなっていった。そして2006年秋、バレンシアガのニコラ・ゲスキエールが本領を発揮した。彼はクリストバル・バレンシアガのコレクションを継承したが、それに組み合わせたのは厚底になったライディングブーツ。あまりのヒールの高さに最初は尻込みしたオーディエンスも、その技巧が脚を長く見せてくれることに気づき、たちまち魅了された。続く2007年春にゲスキエールが発表した「ロボット」コレクションでは、手の込んだ加工を施した大胆なメタリックとスパンコールのレギンスが注目を浴びた。レギンスを着るなんてあり得ないと誰もが内心思ったが、今では世界中のあらゆる年齢層に浸透している。次のシーズン、ゲスキエールは「ステューデント」コレクションを加え、ここから生まれた乗馬ズボン、そしてアラブの男性が頭に巻くカフィアというスカーフがインスピレーションとなって、スカーフが大流行。世界中に波及した。2007年、マルタン・マルジェラも独自の道を切り拓き、テイラードジャケットに大きなショルダーをデザインした。このルックのインパクトは、今シーズンになってようやく商業的成功の感触が出はじめている。

蝴蝶网
hudie.com

セン、マーティンスを卒業して彗星のごとく現れた25歳のケインは、レースのエッフルをあしらったストレッチ素材のスーパーショートでセクシーなマルチカラーのドレスを自信満々で発表した。当時は、こんなにも短くタイトで俗悪なものを誰が着るのかと批判を受けたが、それから3年、若い女性たちはマイクロミニを「普通の丈」として受け入れ、ショートとタイトなエイでも見かけるものになった。ケインの美的感覚、少なくともその華やかな面は、ファッション界の新星クリストフ・デカルナンによるマイケル・ジャクソン風のキラキラ輝く肩幅の広いジャケット、ほっそりと体を包むシースドレス、スキニーなブリーチドデニムなどの作品にも同じように見られる。

もちろん、この間には1930年代以来の株式市場の大暴落を経験した。それは人々の人生観を揺るがすほどの大きな出来事であり、それがどんな影響をもたらすのか、それを乗り越えるまでにどれほどの時間がかかるのかを推し量ることは難しい。だが、この時代状況にファッションはきわめて興味深い反応を示している。慎重さを要する時代だからといって後ろ向きにもならず、地味で堅苦しいデザインを提供するのでもなく、むしろそれとはほぼ正反対に向かっている。若い女性も大人の女性も、おとなしくして分別をわきまえるどころか、極端なファッションを受け入れ、限界ぎりぎりの大きなショルダーやミニドレスを堂々と身につけ、そして今シーズンはサイハイブーツも登場している。次の10年に足を踏み入れようとしている今、ファッション界にとって、それは良いニュースだろう。

2003年11月号

MIUCCIA PRADA

PRADA

ヘルツォーク・ド・ムーロンが手がけたプラダブティック青山店のオープニングに際し、来日したミウッチャ・プラダを、親友マニュエラ・パヴェージがショップで撮影。

2004年6月号

2005年

NICOLAS GHESQUIÈRE

BALENCIAGA

「新しいクラシックを目指す」バレンシアガのニコラ・ゲスキエール。パッチワークのカーゴパンツから、プラットフォームのグラディエーターサンダルまで。コレクションには、マストアイテムがいっぱい。

2002年9月号

2006年8月号

2007年8月号

STEFANO PILATI

YVES SAINT LAUR

イヴ・サンローランのク
ブ・ディレクターに就
ファノ・ピラーティは
ム・フォードとは打っ
フェミニンなコレクシ

CHRISTOPHER KANE

CHRISTOPHER KANE

07年春夏ロンドンコレクション
に、ネオンカラーのグラマラスな
ストレッチドレスを携えてデビュ
ーしたクリストファー・ケイン。
今シーズンのヴェルサス・カプセ
ルコレクションのアクセサリーも
手がけている。

慧美网
vimee.net

Past Present Future 10周年に寄せて、デザイナーの皆さんに聞いてみました。

Q1: 10年後のあなたは、どうありたいですか?

Q2. あなたはVogue Nipponに何を求めますか?

Veronica Etro エレガンス、創造性、モダニティ。存在であってほしい。

蝴蝶网
hudie.com

慧美网
vimee.net

RADO
SWITZERLAND

People 女性編

ヴォーグ ニッポンを
彩った日本人セレブ。

Text: Kaoru Saito　Editor: Junko Hirose

女優、作家、アスリート、ミュージシャン。創刊以来、ヴォーグ ニッポンは、さまざまな日本のセレブリティを追ってき
圧倒的な存在感で輝き続ける彼らがこの10年、私たちに与えた影響は、どれほどのものだったのでしょう。齋藤薫

Jakucho Setouchi 2001年3月号

Rie Miyazawa 2009年3月号

Kanako Higuchi 2008年7月号

Sayuri Yoshinag

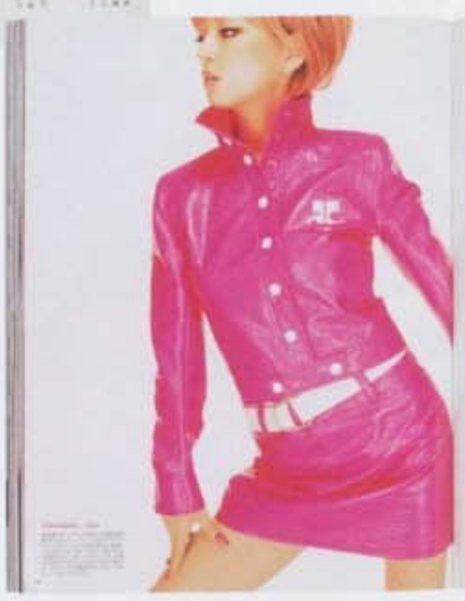
Mieko Kawakami 2008年10月号

Banana Yoshimoto
2000年6月号

Shizuka Arakawa
2007年1月号

Natsuo K
2007年

Akihiro Miwa 2004年5月号



Ayumi Hamasaki 2001年4月号

Eiko Ishioka 2001年4月号

セレブ至上主義は、“物”ではなく“人”のゴージャスを教えた。

ブリーナ”という言葉すら存在してしまう。言うまでもなく、セレブリティを主にファッションだけで真似ている若い女性たちのこと。でもそれならば、日本中がここ何年か“セレブリーナ”だらけだったというべきなのだろう。ともかく日本の女にとって過去10年、“セレブ”ほど強大な影響力を持ったキーワードはなかった。

セレブな服、セレブなバッグ、セレブな髪型、セレブな着こなし……いつの間にか“セレブな”は、ファッション用語として“リッチな”とほぼ同じような使われ方をしていた。“外国語”が“外来語”になり、恐るべき造語になっていく瞬間を目のあたりにするようだった。

でもよく見てみるとそれは“リッチ”でも“リュクス”でも言い表せないことを示そうとしているのに気づく。単なる高級感や“富裕”感ではない、“人としてゴージャス”という、今までの日本語にはなかった意味を表現しようとしていたのだ。言葉として乱用されるにつれ、本当の意味を見出そうという動きも生まれ、“ゴージャスはむしろ人に宿るもの”という新しい価値観をも生み出していたのである。

人として華麗、人として重厚、そして人として崇高……それこそがセレブであると。なるほど、VOGUEがこの10年間にセレブリティとして取りあげてきた人々には、間違いなくそれがある。単なる有名人ではない、単なる成功者でもない、まして女性として単に美しいだけの人々ではない。

厚みと重みと気高さ……それらがあるべきあるべき華々しい存在に見える女たちをこそセレブリティとよぶのだと、VOGUEは10年

たとえば、紛れもない女優には、紛れもない女優がかけらも見えない女優を追っていくと、ますます女優やんと深みを増してくる女優を、ますます深く吟味していくと、ますます吟味していくと、

言いかえれば、ちは“消えない”、“忘れられない”、それどころか、ていく。の宮沢りえ、も、50代、れ見事な

もちろん、の注目に身”、といしいクリける人た飾り、だけで女たちへきるべき

もっと、セレブ者、残す人ちにもっい。同じ術家の中と残さは何なたく未知差をこそ想いを

たと考えいや、くても、ラの量がでわかつなし“みに使われ物よりそういおけば。

蝴蝶网 hudie.com
慧美网 vimeee.net

TYLISH, YKK!

を確かなものにするファスナーがあります。

と品質と。 www.ykkfastening.com

Big Difference.」はYKK株式会社の登録商標です。

YKK

Little Parts. Big Difference.®

慧美网 vimee.net
蝴蝶网

蝴蝶网 hudie.com

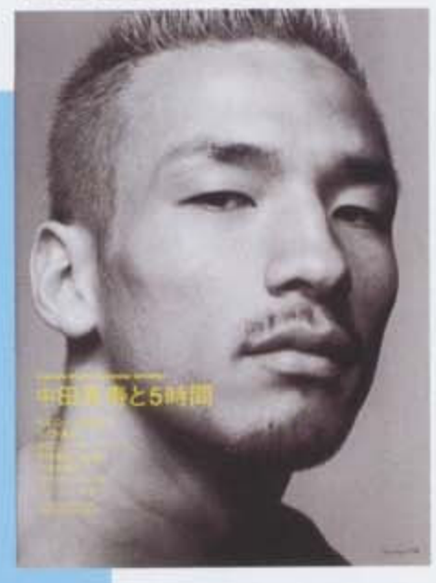
People 男性編

ヴォーグ ニッポンを彩った日本人セレブ。

t: Kaoru Saito Editor: Junko Hirose

Ken Watanabe 2004年3月号

Hidetoshi Nakata 2001年9月号



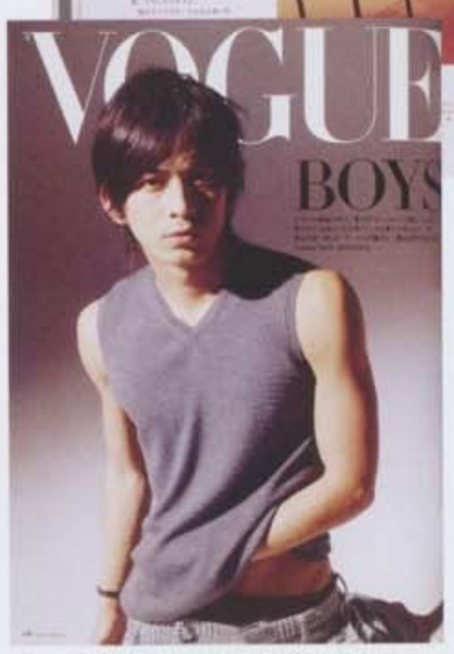
Kikunosuke Onoe 2005年8月号

NIGO

Nigo 2002年

Takeshi Kitano 2001年2月号

Ryuhei Matsuda 2002年9月号



Junichi Okada 2005年2月号

Tadanobu Asano
1999年10月号

Masayoshi Sen 2002年12月号

Somegoro Ichikawa 1999年9月号

男性にとってセレブの称号は、"本物"かどうかの試金石。

日本におけるセレブの定義には、どうも"男女の性差"がある気がする。女性の場合はうっかりすると、"美貌"だけでもひとまずセレブリティと呼ばれてしまいがちだが、男性のセレブ基準はもう少し、"実績が問われる"からだ。誰もが納得するスペックがそこにないと、誰々の"令夫人"みたいに、"有名人の夫"だけではセレブにはなりえないからである。

でもその分、日本の男性セレブの顔ぶれには、やはりそれなりの凄みがある。少なくとも今これらのポートレイトを一堂にして見渡すと、日本人ってじつは捨てたものじゃないのだと、思い知らせるスケールみたいなものが迫ってくる。

しかしその大きさゆえに、日本では男性セレブの真のスケールがどうも見えにくかった。それが証拠に、日本でより海外でのほうが、よほど大きな評価を得ている男性セレブがとても多いのである。

そもそも日本人は"文化"に対し、どこか"奥手"でありつづけた。かの世界大戦で、敗戦国となった日本が一から出直すためには、何もかもリセットしなければならなかったから、日本の文化や美徳の類も"古典"というくくりの中に追いやってしまった過去がある。

一方で、マンガやサブカルなど、きわたく独自の文化を育ててきたものの、逆に普遍的な文化に対する"ものさし"を個々が持たずに来てしまったせいもあるのだろう。だから、日本人は日本の中にいる"ヒーロー"を何人も見落としてきた気がするのだ。

そういう人々に新たにスポットを当てるきっかけとなったのが、"セレブ"という新しいくくりだったと思う。日本において、セレブリティは今やひとつの階級のような意味合いを帯びてきている。10年前は、"有名人"といえば、本人が初めてテレビに出てきたときのクラスの人だったりしたものだ。ことになにでも、"有名人"といえることは世界に通用することを、ある。

面白いことに、どうか？その人が"有名人"だと、えてくるのは、具体的な"レベル"ハッキリ"

そう、ブ中のかく"理るし、浅どに、わしいなっていが似合うは、世界金石になること"あるのだのセレブも、"たはいないかも唯一こそ得ら

ひょっ"名匠"名では重っと軽やか本はセレではない性セレブっておきぽいセレためにも

慧美网 vimee.net

蝴蝶网
hudie.com

Woman of the Decade

宮沢りえ

Rie Miyazawa

みやざわりえ／女優。1973年、東京都出身。初主演映画『ぼくらの七日間戦争』(89) で日本アカデミー賞新人賞を受賞。篠山紀信撮影による写真集『Santa Fe』(91) は150万部の大ヒットとなり、社会現象に。近年では、『たそがれ清兵衛』(03) や『父と暮らせば』(05) など、女優としての確固たる地位を築き、舞台でも活躍。09年結婚、出産。ドレス ¥649,950 ／ VERSACE（ヴェルサーチ ジャパン）ヘッドピースとして着用したコルセット ¥352,800 ／ FENDI（フェンディ ジャパン） 時計 ¥388,500 ／ BREITLING（ハウス・オブ・ブライトリング銀座 by ISHIDA） インタビューおよび近況は p.139

慧美网
vimee.net

“いいものへのいばらの道だと思うと、
トゲが刺さっても意外と痛くない。”

Women of the Year & Decade 2009

蝴蝶网
hudie.com

瞬間のきらめきと成熟する輝き。VOGUE WOMENが美しいのは、その両方を宿しているから!

05年にスタートしたVOGUE NIPPON Women of the Year。
創刊10周年の今年は、10年(Decade)というときを経て、その輝きを増し続けている
Women of the Decadeも登場します。Women of the Year 2009は、今年目覚ましい活躍を
した女性たちに、Women of the Decadeは、10年、20年と時間が経過するなかで、
そのキャリアを積み上げ、成熟させつつ、常に第一線で活躍してきた女性たちに捧げます。
記念すべき10周年を彩る、10人の"ヴォーグなウーマン"たち。彼女たちのきらめく笑顔と、
本音がつまったスペシャル・インタビューのなかに「輝き」のヒントを見つけてください。

Photos: Kishin Shinoyama

Stylists: Sacico Ito at Brücke (128-129), Fumio Baba at Neat (130),
Keiko Shimizu at Image (131, 134 ~ 138), Haruhisa Shirayama (132)
Hair & Makeup: Keizo Kuroda at Three Piece (128-129), Keiko Nakatani at Mingle (130),
Eri Akamatsu at Esper. (132), Yoshiyuki Wada at Image (134),
Fumihiro Kawahara at Studio V (135), Kyoko Fukuzawa at Image (136),
Yuki Tanaka at Signo (137), Hinako Nishiguchi (138)
Hair: Olivier at Signo (131)
Makeup: Tatsu Yamaraka at Signo (131)
Nailist: Mikako Suga at Pièce (128-129)
Set Design: Enzo
Editor: Yaka Matsumoto

vimee.net

蝴蝶网
hudie.com

慧美网
vimee.net

誰かのために、が私の原動力。
“人”がいないと意味がない。”

Woman of the Year 2009

上戸 彩

Aya Ueto

うえとあや／女優、歌手。1985年、東京都出身。97年にデビューのきっかけとなる「第7回全日本国民的美少女コンテスト」で審査員特別賞を受賞。ドラマ『涙をふいて』(00) で本格的に女優デビュー。『3年B組 金八先生』(01) で性同一性障害の生徒を演じ、話題に。TVドラマ、映画、CMはもちろん、歌手としても活躍中。Tシャツ ¥18,900 チュールスカート ¥297,150 フリンジ付きベルト ¥31,500 黒ブローチ（大）¥13,650 ゴールドブローチ ¥16,800 黒パール付きブローチ ¥16,800 ／すべてD&G（ドルチェ＆ガッバーナ ジャパン）リング ピアス／本人私物 インタビューおよび近況はp.139

蝴蝶网
hudie.com

“ファッションは「魔法」。
服は心の持ちようを変えるから。”

Woman of the Decade

冨永 愛

Ai Tominaga

とみながあい／モデル。1982年、神奈川県出身。高校在学中からモデルをはじめ、ヴォーグ ニッポン00年12月号の表紙も飾る。翌01年には第45回FEC（モデルオブザイヤー）を受賞。以来、ニューヨーク、パリ、ミラノのコレクションをはじめ、国内外のファッションシーンの第一線で活躍中。ジャケット ¥798,000／BALMAIN スワロフスキーをあしらったミッキーTシャツ ¥16,800／MY D'ARTAGNAN（ともにシンゾーン表参道）ブラックスパンコールのデニム ¥93,450／NOTIFY（アマン）シューズ ¥192,150／ROGER VIVIER（トッズ・ジャパン）チュールのスカート／スタイリスト私物 プラチナダイヤのラインネックレス ¥2,992,500 プラチナダイヤのサークルモチーフネックレス ¥8,767,500 14YGのハートロケットキー ¥81,900 ハートキーをつけたシルバーラージビーズチェーン ¥9,975

蝴蝶网 hudie.net

ョン誌のモデルとして本格的に活動
リイ・シュシュのすべて」（01）でヒ
を浴びる。独特の存在感と繊細な演
TV、CMと幅広く活躍中。シルク
ジュー付きベルベットコンビネゾン
CHLOÉ BY HANNAH MACGIBBON
メーションデスク） ブーティー
（パテントレザー×白レザーで展開）
UBOUTIN（リステア） インタビュ
0

“ちゃんと見ないと見えてこない
ことっていっぱいあるんです。”

vimee.net
蝴蝶网
hudie.com

“自分の生命の果ての、そのまた
果てまでも開花していきたい。”

Woman of the Decade

草間彌生

慧美网
vimee.net
蝴蝶网
hudie.com

Woman of the Decade

大竹しのぶ

Shinobu Otake

おおたけしのぶ／女優。1957年、東京都出身。映画『青春の門〜筑豊篇』（75）のヒロイン役で女優デビュー。以来、世代を超えた多くの観客、そしてクリエイターから熱烈な支持を受け、映画や舞台をはじめ、TVドラマやCM、歌手活動など多岐にわたり第一線で活躍を続ける。ドレス 参考商品／ALBERTA FERRETTI（サン・フレール） WG×ハーフダイヤのリング（内側）¥761,250 WG×ダイヤのリング（指先側）¥1,611,750 ダイヤのイヤリング ¥3,255,000／すべてFRED（フレッド／LVMHウォッチ・ジュエリー ジャパン） インタビューおよび近況はp.140

蝴蝶网 hudie.com
慧美网 vimee.net

強いか弱いかと言われれば、
弱くはないのはわかる（笑）。”

杉山愛

i Sug' ama

ぎやまあい／元プロテニスプレイヤー。1975年、神
川県出身。4歳でテニスを始め、15歳で日本人初り
界ジュニアランキング1位。17歳でプロに転向し、
年間のツアーで、グランドスラム優勝3回（ダブル
）。オリンピック出場回数4回。グランドスラム連続
場記録62回の世界記録（ギネス認定）を持つ。シル
シフォンのマキシドレス ¥450,500（参考価格）／
KIKO OGAWA（ブランドニュース） ダイヤのペンダ
ト ¥399,000（参考価格）／THE FOREVERMARK
NCORDIA TM COLLECTION（日本橋三越本店 6階
石サロン） ダイヤのイヤリング ¥290,000（参考価格）
THE FOREVERMARK ENCORDIA TM COLLECTION
AS-ME エステール） シューズ／スタイリスト私物 イ
タビューおよび近況は p.141

“今の気持ちは「スッキリ」!
本当にやりきったと思えるので。”

蝶网 hudie.com
美网 vimee.net

n of the Year 2009

谷有希子

Motoya

/劇作家。1979年、石川県出身。上京後、に入学し、松尾スズキに師事する。在学中として活動。00年9月には「劇団、本谷と、劇作家・演出家デビューを果たす。02絶対」で小説家デビュー。2007年、「遣岡鶴屋南北戯曲賞を、2009年、「幸せ最高ジで！」で第53回岸田國士戯曲賞を受賞。00 ジャケット ¥102,900／ともにSAPHIRブーツ ¥79,800／MOTONARI ONO 黒のクのバングル 各¥4,095／ともにGARDENてエスティーム プレス） 白のバタフライ¥18,900 黒のバタフライブローチ（小）バタフライブローチ（小）¥15,750 黒のバーチ（大）¥18,900／すべてTORQUATA

ンタビューおよび近況はp.141

“攻めか守りか迷ったら、攻め。
それが私の指針なんです。”

蝴蝶网
hudie.com
慧美网
vimee.net

Woman of the Year 2009

仲間由紀恵

慧美网
vimee.net
蝴蝶网
hudie.com

慧美网
vimee.net
蝶恋花网
hudie.com

10 Women Talk to Vogue

10人のVOGUE WOMENが今、思うこと。彼女たちの言葉のなかに、「輝いて生きる」ための答えがありました。

10人のVOGUE WOMENがヴォーグ ニッポンに特別に語ってくれたこと。
そこには、彼女たちが、なぜ、いつだって私たちを魅了せずにはおかない輝きを
放っているのか、その答えがたくさん詰まっていました。美しさも、強さも、才能も、
その人たちの努力や強い意志があってこそ磨きあげられ、人の心を打つものになる。
その当たり前のことにあらためて気づかされるインタビューを、お届けします。

大事なのは、自分に限界を作らないこと。

出産を経て変わったことのひとつは、遅ればせながら読書の楽しみを知ったこと。今までは、現実と非現実を行き来することが仕事でしたが、子育てはどこまでも現実。だから、その合間に、瞬間的に非現実の世界に溺れる感じがすごく楽しい。読書ってその世界にお散歩に行くことなんですね。娘との出会いもそうですが、私にとってのもう一つの大きな転機は、17歳で勅使河原宏監督と出会ったことです。妥協しない姿勢や、何かを発見する力といったものを監督から学びました。それは私の女優としての基本姿勢にもなっています。この仕事をするうえで大切にしたいのは、誠実さ、好奇心、発見しようとする意欲。それから自分に限界を作らないことかな。一瞬でも限界を意識しちゃうとそこまでしかいけないけど、作らなければ、作ったときよりは、確実に遠くに飛躍できるから。それに、いいものへのいばらの道だと思うと、トゲが刺さっても意外と痛くない。

私が常日頃思っているのは、人は誰でも心の中に振り子があるということ。たとえば、たくさん泣ける人ほどたくさん笑うことができるのと一緒で、自分の弱さをちゃんと受け止めることができる人が本当の強さをも持てる人だと思う。知った悲しみの大きさほど知る喜びも大きい、とか。だから、これからも、失敗もいっぱいしながら、心の振り子をぶんぶんと大きく揺らして毎日を重ねていきたい。

根本的に表現することが好きで、女優業はもちろん、絵を描くことも私にとって人生の大切な一部。役者が誰かを表現することだとすると、絵は自分を表現すること。今後は、絵のほうも、少し具体化していけたらなと思ったりしてます。

09年2月、Bunkamuraシアターコクーンで野田秀樹作・演出による舞台「パイパー」に出演。同年4月に結婚、5月には長女を出産。8月下旬には、「鈴九音・羽鳥丸きものショー」にゲスト出演し、芸能界へ復帰した。

普段の笑顔の

おさん居で覆し

やっぱりコマー

で「上戸彩＝笑顔

れたあって、重い

お母さ通して経験

ただ、だからこそ

を覆してやろうと

ないと出せない面

ま、そういう意味

と思っています。

つになっても続

じて

本、求められ

まりたい、という

ちゃんといい結果

嫌いなところも普

かと一緒に何かを

イプ。「誰かのた

誰かがいてくれれ

うと思う。逆に、

ないんです。仕事

かせない要素は「

り上げてくれる

の私を支えてくれ

ンの方」。全部、

プライベートで

というよりは「誰か

し楽しい。親と映

友達とふと思いつ

自分にとって心地

「礼儀正しい人」。

やないですね。マ

ダークなものを

家族が大好きで、

なんて話をされる

す。だから、私が

「素敵な人たちに

食欲がある人も

09年は、ドラマ「婚カツ」のヒロインを演じるアニメ映画「BATON」が公開され、6月にはシングル「ハイ、ハイ、ハイ」を発売。7月には6枚目のアルバム「ロジェクト～」をリリース。ドラマ（開中）の主人公アトムの母役を演じ、EX系ドラマスペシャル

vimee.net

冨永 愛

Ai Tominaga

ハッピーでいれば、人は輝けると信じています。

モデルの仕事は昔から好きでしたが、やっぱり出産を経て、仕事に対する考え方や姿勢は変わりましたね。今、思うのは、モデルは服に命を与える仕事で、デザイナーの思いを形にする、感覚的な仕事だということです。だから、感覚を研ぎ澄ますことが大事なのかなと。生活面の趣向は変わってなくて、昔から、あまり豪華な生活は好きじゃないんです。質素なほうがいい。皆さんが思う冨永愛像を演じている私と、家での素の冨永愛がいる、とは思いますね。

自信、センス、努力。この3つはモデルにとって、私が大切だと思うものです。どの仕事でもそうかもしれないですけど。それから、私がこの仕事を続けられてこられたのは、「自分に対してストイック」だからかな。コレクションやキャンペーンを多くこなしているときも、まだまだ満足しちゃだめ、と自分に課題を出し続けていた。満足すると終わっちゃうので。

私にとって、ファッションは「魔法」。クールな服をまとえばクール、かわいい服をまとえば、自然とかわいくなる。服は心の持ちようを変えるから。そして、美しくいるためには楽しむこと！ ハッピーでいることによって人は輝ける。昔からそう信じています。

死ぬまでモデルではいたいけれど、それ以外でも始めていることがあるんです。まず、「国内外の子どもたちのために何かできることはないかと思い、「子供地球基金」という団体の顧問をさせていただいてます。それから、日本文化の良さをもっと知ってもらいたくて、縹（はなだ）という日本文化情報サイトをスタート上げました。そこを通じて、日本各地の伝統工芸師さんとコラボしたりしていくつもりです。

日本文化について、もっと知ってその良さを広めていきたいと思って、「日本文化情報サイト縹（はなだ）」をたちあげ

蒼井 優

Yu Aoi

仕事場では、「空強気」を心がけています。

釜山国際映画祭の会場で、こんなに映画が好きな人しかいない場所に存在できるなんて幸せだなぁと、たまらなく嬉しくなったんです。以来、俳優もスタッフの一員でしかないし、そうありたいと強く思うようになりました。逆にどうしてもお芝居に対して前向きになれなかった時期も。少しお休みをいただき、それまではいろんなことを視界の片隅でしか捉えていなかったんだと気づいて。今は、なるべく多くのことをまっすぐちゃんと見る、を心がけています。ちゃんと見ないと見えてこないことっていっぱいあるから。

もうひとつ、舞台『オセロー』（04年、蜷川幸雄演出）以来、「空強気（からつよき）」を心がけています。根拠がなくても強気じゃないと舞台やカメラの前に立てないときがある。本当の意味で強くなったとは思わないけど、どうすれば自分にとって負担が少ないのかと考えたときの答えが私にとっては「空強気」だったんです。このお仕事で大切だなと思うのは、集中力、忍耐力、そして、作品に対する思いのきれいさ。「きれいさ」は自分のなかでもすごく大切にしたいものだし、仕事をしていて幸せを感じる瞬間というのも、現場の人の目の中とかにきれいなものを見たときです。

山田洋次監督の『おとうと』で久々にお芝居をしたら、より不器用になった自分がいるのを発見して少し驚きました。螺旋を描いて進んでいるというか。見方によっては同じ位置に戻ったようだけど、進級して2年生1学期でまたわからないことがたくさんという感覚に近い。今はすべてがとても新鮮で、楽しいし嬉しい。10年後も最高頂に幸せでいたいですが、このままいけば、そうなってるんじゃないかな（笑）。

09年6月には、主演作映画『いけちゃんとぼく』が公開。5月から6月は、舞台『蒼穹の昴』が上演されるなどの活躍ぶりを見せる。

草間彌生

Yayoi Kusama

芸術家になってよかったと、つくづく思います。

水玉を最初に描いたのは幼少の頃です。水玉はひとつではなく、2つ3つと共存して初めて水玉になる。私はそんな水玉ひとつひとつにたくさんのメッセージを込めて日々、それを描いております。また、宇宙の中に何億個というたくさんの水玉があって、そのなかのひとつが我々の住む地球だと思っております。常日頃から、私の考える宇宙や人間愛、それから、平和への願望といったものを、自分の芸術へ少しでも取り入れ、謳いあげて、みなさんと一緒に人生を戦っていきたいと考えています。

若い頃に渡米し、芸術の分野で国際舞台に出て、活動してまいりましたが、毎日が新しい創造への改革でした。とにかく毎日、休むことなく、詩を書いたり、文章を書いたり、画を描いたり……。最近またずいぶんと詩がたまってきたので、外国で翻訳して、詩集を出そうかと思っています。毎日ものすごく忙しいです。ですが、私たち人間は、限られた時間のなかで精いっぱいの生き方をしていかなければいけない。私の場合、ひとつ作品を作るごとに自分の中の未知の世界に足を踏み入れたと感じ、また次の作品を作ると新しい世界が開けてくる。そういった感動に満ちた人生を送っていると、私自身、一生の仕事として芸術家になってよかったとつくづくと思います。そして、これからもたぐいまれな自分の人生を一生懸命華開かせて、多くの人たちに感動を与えていくことができれば、それに勝る喜びはありません。

これから先も、いろいろと自分の想像力を生かして、自分本来の求道への道をまっしぐらに歩いて、そして自分の生命の果ての、そのまた果てまでも、開花していきたいと思います。

09年は、カゴシアン・ギャラリー（NY、LA）ほか世界各国で個展を開催。7月に発売された書籍『言葉』から

大竹しのぶ

Shinobu Otake

自信回復と自信喪失を繰り返しています。

25歳のときに結婚して初めて、誰かのために何かをする喜びや、女優じゃない自分が存在することを知ったんです。それまでは、ただ、演じることだけが楽しくて。結婚生活や子育てを通じて、人としての幅が出たのかな、とは思いますね。それが演技につながるということはあるのかもしれません。それから、年を重ねることで、気持ちをニュートラルにしておくこと、物事を何でもいいように考えることが上手になった気はします。

強いか弱いかと言われれば、弱くはないというのは自分でもわかる（笑）。強いといえば強いのかな。持って生まれたなんとかなる、という精神のせいなんでしょうね、どんな状況でも大丈夫、とどこかで思える。だって、前に進んでいかなくちゃいけないわけだし。もちろん、作品ごとに、自信回復と自信喪失を繰り返していますが、できないならできるようになればいいし、いつかできるようになる、と思っちゃう。そのあたりはゆるい性格なんです。自分が集中すれば状況は後からついてくるものだから、与えられたものの中で、パーフェクトに近い状況を作れる自信はあります。

演技をしなければ死んでしまう、ということはないけれど、専業主婦をしていた時期は、細胞がふさがっている気がしましたね。体が表現したいって叫んでいて、今、振り返れば、細胞からプチプチ音がするような感覚だったかもしれません。

私生活で演技をすることはありません。無理をすることはあるけれど。ただ、無理は長続きしないから、結婚も続かなかったんでしょうね（笑）。パートナーがいたらいいなとは思うときはあるけれど、結婚は7：3でないかな。

09年7月には、8年ぶりのCDとなる『あいのうた ～フランチェスカ～』が発売され、舞台『ピンクのスカーフ』『ラブレター』『ハッピーエンド』あるいは『ロンサート』

蝴蝶网
hudie.com

杉山 愛
Ai Sugiyama

テニスへの「LOVE」は変わらない私の原動力。

好きという気持ち、テニスへの「LOVE」は、初めてラケットを握った日から変わっていない私の原動力ですね。キャリアにおける転機は2回ありました。1回目は、プロに転向したとき。自分が満足できればよかったアマチュアと違い、プロは見てくれている人に元気を与えたり、頑張ろうという気持ちを持ってもらうことが仕事。そういうテニスがしたいと思って17歳で決意しました。2回目は、自分のテニスを見失って、進むべき方向性も失った25歳の頃。母との共同作業も、テニスというツールを通して自分探しを始めたのも、この時から。いろいろ思い悩んだ末に、仕事としてテニスを捉えられるようになったらすごく楽になったんですよね。仕事なんだから、頑張ってもの結果が思わしくないときだってある、と客観視できるようになって。結果が悪くても、そこに意味やヒントを見出そうと思えるようにもなりました。

当時の私に、「今ここでやめちゃったら、何やってもうまくいかないわね」と言った母が、先日引退の話を切り出したときは、「いいんじゃない」って言ってくれて。それもあって、今の気持ちは「スッキリ」です。悲しいと思ううちはやめる時ではないと思っていたし、本当にやりきったなと思えたから。「遊戯三昧」という言葉が好きなんです。楽しいことばかりをする、ではなく、することを楽しむという意味。楽しむも楽しまないも捉え方次第。どうやったら楽しめるか、を考えて今後はテニス以外にもいろんなことに挑戦してみたいです。テニスを通じて知ったこと、得たものへの恩返しと、他人のために、自分に何ができるか、も考えながら。バランスのよい人を目指します！

09年9月、同月25日から行われた「東レ パン・パシフィック・テニス」を最後に現役生活からの引退を表明。今後は、スポーツを愛する子どもたちや若い選手をサポートする「杉山愛ジュニア育成基金」や、母杉山芙沙子らがコーチを務めるPalm International Tennis Academyでの活動を通じ、「テニスやスポーツへの恩返し」をキーワードに、子どもたちへの教育活動や社会貢献活動を進めていく予定。

本谷有希子
Yukiko Motoya

何よりも大事なのは、私がやりたいかどうか。

「攻めか守りか迷ったら、攻め」。それが私の指針です。撮影のドレスも、そうやって選びました（笑）。劇作家の私にとっての第一の転機もこの指針の結果、訪れたんです。偶然が重なり、分不相応な劇場で芝居ができることになったときがあって。普段の3倍を動員しなければいけない大勝負でしたが、その結果、「劇団、本谷有希子」の知名度も動員数もぐっと上がりました。

もうひとつは、小説を書き始めたこと。それまで内側からしか理解できてなかった演劇を外側から見られるようになった。そこから、脚本に客観性が加わり、芝居の質もちょっと変わったかな。〝想像力〟も才能だけど、思いついたことを伝える、見せる〝表現力〟でもまた才能が問われるんだ、と。今は、ふたつを揃って磨くように心がけています。

私にとって「書く」ことは、強いて言えば夫婦みたいな感覚のものかもしれない。しょうがないわ、連れ添ったし。書きたくないけど、書くわー、みたいな（笑）。女優さんでもそうじゃなくても、完璧な人よりは、どこか欠落している人に魅力を感じます。繊細さにもすごく惹かれますね。あと、舞台俳優は「声」が大事。お腹から声を出されると「それじゃ繊細じゃない」とか「もっと生っぽい声で」なんて思ったりもします。

「私がやりたいことかどうか」が第2の指針。最終的に、「誰がやりたいの？」と問われたときに、「私です」と言えないと意味がない。今後10年の間にトライしてみたいのは、「映像」です。映像は残るので。今後も休み休み戦い続けて、10年後は何を言っても、表現者として意見しているんだな、と捉えてもらえる人になっていたいですね。

09年には『幸せ最高ありがとうマジで！』が、第53回岸田國士戯曲賞を受賞。また小説家としての活躍も目覚ましく、戯曲『遭難、』（講談社）は三島賞候補、7月に刊行された『あの子の考えることは変』（講談社）は芥川賞候補に（芥川賞にノミネートされるのは、『生きてるだけで、愛。』（新潮社）に続き二度目）。7月から8月にかけて公演されたりょう主演の舞台『来来来来来』も好評を博す。

仲間由紀恵
Yukie Nakama

30代よりも40代のほうが今はさらに楽しみ。

ひとつの作品が終わると次の作品はまたゼロからのスタート。そういう意味では作品ごとに転機を迎えているかも。ただ、『TRICK』や『ごくせん』は、独特の世界観の中で、個性的かつふり幅の大きい役を演じることができたという意味では大きかったですね。いろいろな作品と出会う中で変わらないだろうと思うのは、仕事に対する向き合い方です。常に自分ができていることに目を向けるのではなく、「あ、これが足りないな」と思うことを吸収していこう、という気持ちでいたいと思っています。

女優にとって大切な要素は正直、まだわかりませんが、これが大切だと思っても、次の瞬間にもっと大切なものがあるのではないかと思ってしまうんです。決められないというか決めたくないというか。そういう意味で、今も見えていないと思うものは多いし、年齢を重ねて、自分の課題みたいなものも増えてきました。私自身、器用なタイプではないので、だからこそ、最近演じた役柄に通じる「不器用な面も持っていながらも、自分の信じるものに向かってまっすぐ突き進んでいく姿」は純粋に好きだし、見ていて励まされます。不器用なりに自然体で生きていきたいです。

プライベートでは、最近沖縄から取り寄せた亜熱帯地方の植物の世話をしているときが幸せ。仕事以外で、大事にしなくてはいけないと感じるスペースを保とうとしている時間は好きです。ちょうど10月に30歳になるんです。ただ、実は30代よりも40代のほうがさらに楽しみ。共演する方も40代のみなさんは本当に楽しそうだから。10年後は何を言っても、今よりもっといろんなことに意欲的に取り組んでいる人になれればと思います。

09年は、アタリ役「ごくせん」シリーズのファイナルとうたわれた映画『ごくせん THE MOVIE』が話題に。フジテレビ開局50周年記念ドラマ『ありふれた奇跡』でもヒロインを熱演。三流週刊誌の女性記者に扮し、事件の裏に隠された真実を解き明かす、ミステリーテイストの新主演ドラマ『アンタッチャブル』も、EX／ABC系にて放映中。

オノ・ヨーコ
Yoko Ono

私は人生を通じて愛を追っているんです。

創作活動に対する、私にとってのテーマは、「愛のために活動する」。他のことに囚われてしまうと、とてもしまいますから。必ず愛から始まる、愛に戻ることが大切なことなの。私は愛を追っていた、そういうことは10年は特に、創作活動を通して世界のために働いていた気がします。

私は、ただ、自分らしくしていると、自分らしくいれば余計なエネルギーはらないでしょ。だからこれだけ（創作活動を続けることが）できるんじゃないから。時間は、私にとっては制約では逆に励みになるもの。この時間内にしよう、と頑張れるから。迎合しないっての秘訣？　それは、迎合しないってやえばいいのよ。

今後挑戦したいこと、と聞かれて戦は毎日している、毎日が挑戦なん10年後の自分？　10年後なんて言わ50年後は？　と聞いてほしいわ（笑）後は、やっぱりいろいろと面白いこ界で起こるでしょうからね、それをにみています。

自分が幸せだとね、どんなに隠そっても外に表れるものなの。自分がないということが世界にとっては一なんです。私は以前から、個人の考動は、どんなに小さくても、世界にると言い続けてきたの。私はそれを（陸）でのことだと思っていたのだ最近ふたりの科学者が、波がなぜ起を研究した結果、誰かが落とした小によって起きた波紋が、世界中の海なる、と科学的に証明したのよ。岸なく、海でもそうなのね、ってすごしてしまったわ。

09年ヴェネチア・ビエンナーレでは、生涯業績部子賞と日本人として初めて受賞。同年9月には、オノ・フェスティック・オノ・バンドとして、ジョン・レノンがプロデューサーを務めたニュー・ビトウィーン・マイ・ヘッド・アンド・ザ・スカイ（ミュージック）をリリース。

唯美网
weimei.com

uitton

ラムの煌めきが眩しい
モノグラム・エクリプス
ポシェット・アクセソワール」。

ールのモノグラムがなんともリュク
ブの中にポシェットとして忍ばせて
ッチとしても使える程よいサイズが
本体 H12cm ¥157,500（ルイ・ヴィ
タマーサービスセンター）

sary Gifts

の企画が実現!
額1,300万円超えの
華アイテム、
て差し上げます。

からドレスやジュエリー、デイリーに使える
てコスメセットやデザイナーズチェアまで……。
ン10周年を記念し、人気ブランドの
ギフト」をご用意しました。なんと合計98ブランド、
05円! どれもヴォーグなレディになれる逸品ばかりです。
れを狙う?
ogue.comにて、詳しくはp.153をご覧ください。

toshi Fujimaki at Flame
hida, Junko Hirose, Sachiko Igari, Tomoko Suzuki

Gucci

パイソンを贅沢に使用した
大人のイヴニングバッグ。

グッチからは、どんなスタイルもゴージャスに昇華する魔法のクラッチ、「ルーシー」が登場。ダークグリーンのパイソンはコーディネイトのスパイスとして、艶かしさを演出。
本体 H13cm ¥195,300（グッチ ジャパン）

蝴蝶网 hudie.com
美网 meiwe.net

Statement Bags

話題のイット・バッグで皆から憧れの的に！

Fendi

定番ロゴを新鮮にアレンジした、
万能ショルダー。

FFロゴを全面にあしらったフェンディの新作「ミア」は、ワイルドなチェーンストラップとふっくらとしたギャザーが小粋。本体 H19㎝ ¥110,250（フェンディ ジャパン）

Prada

広告ビジュアルに登場中の
赤がまばゆいアイコンバッグ。

プラダ 09-10年 AW の広告ビジュアルに登場している赤のバッグは、モードなキャリアウーマンにぴったり！ 本体 H26㎝ ¥180,600（プラダ ジャパンカスタマーリレーションズ）

Loewe

人気の「カリエ」より、
新色ブロンズをチョイス。

ころんとしたフォルムがファッショニスタを魅了中の「カリエ」。クールな印象も加わったブロンズを。本体 H28㎝ ¥152,250（ロエベカスタマーインフォメーションサービス）

Yves Saint Laurent

ボウチャームがポイントの
タイムレスなバッグ。

Y をセンターにかたどった人気のボストンにボウを配し、キュートな印象にアレンジ。本体 H23㎝ ¥168,000（グッチ グループ ジャパン イヴ・サンローラン ディビジョン）

Dolce & Gabbana

蝴蝶网 com
慧美网 vimee.net

Valentino Garavani

パテント×ラッフルが
エレガントなバッグ。

パテントのラッフルが上品なバッグはサイドの紐で表情が自由に変化。本体 H26cm ¥147,000（ヴァレンティノ インフォメーションデスク）

Fred

星の煌めきを胸もとに。
タイムレスな輝きを添える。

ダイヤの星を胸に飾れば、可憐な印象になること間違いなし。YG ×ダイヤのペンダント ¥152,250（フレッド／LVMHウォッチ・ジュエリー ジャパン）

Baccarat

神秘的なブルーに魅了される
バカラのペンダント／ブローチ。

サテンコードを通せば、ブローチになるペンダント。バカラ独特のクリスタルの輝きを堪能して。インソムニア（L）¥100,800（バカラショップ 丸の内）

蝴蝶网 hudie.com

Giorgio Armani

ベルベットの光沢が大人の
余裕を感じさせるジャケット。

イヴニングドレスにマッチする、淡いグレイのジャージィベロアジャケット size 40 ¥189,000（ジョルジオ アルマーニ ジャパン）

Damiani

クロスのチャームに光る
一粒のダイヤが女を上げる。

シンプルなクロスに願いを込めて。センターにさりげなく光るダイヤがポイント。WG×ダイヤ ¥126,000（ダミアーニ ブティック東京）

Joaquin Berao

20周年を記念した復刻版
「ヴェルメイユ」ラインのバングル。

抽象絵画のようなモチーフに見えるが、実は魚。アーティスティックな感性が喚起されそう！ ¥147,000（ホアキン・ベラオ南青山本店）

Anna Sui

パーティの主役に！
シフォンドレスとラメ財布。

ひと際目立つプリントドレスとラメ財布をセットで。ドレス size 2 ¥86,100 財布 ¥16,800（ともにアナ スイ 心斎橋ビッグステップ店）

kson Beamon

神髄を堪能できる、
ティブなネックレス。

ビーモンからは、インパクト抜群
スが到着。シンプルな服にパンチ
て！ ¥115,500（サードカルチャー）

lovemeet.net

Jason Wu

オバマ夫人からも愛される
J.ウーのプリーツスカート。

NY で話題のジェイソン・ウーから、鮮やかなピンクのプリーツスカートが到着！ Size 2 US 参考上代 $1,635（ブランドニュース）

Asprey

ダイヤは本物の女性の証し。
スクエアが特徴のネックレス。

WG ×ダイヤのネックレスは、ダイヤのカッティングがモチーフ。クールと繊細さが調和した逸品。¥130,000（アスプレイ ジャパン）

Furla

華やかなファー使いが
ドレスアップの鍵に。

ネイビーのファーがゴージャスなバッグ。昼夜問わずのデザインに加え、機能性も優秀。本体 H23cm ¥141,750（フルラ 銀座店）

Miu Miu

ミュウミュウ好き必見！
スタッズ付きの新作バッグ。

ロックとフェミニンが融合されたモード派のマストハブ・バッグ。本体 H20cm ¥194,250（プラダ ジャパンカンパニー／ファーリエ・ジョンズ）

Doo.Ri

ふんわりスリーブがポイントの
フォルムコンシャスなドレス。

袖のボリュームが華やかさを演出するネイビードレス。着たときのフォルムの美しさはさすが。size 4 ¥137,550（ブランドニュース）

Dior Fine Jewel

一粒ダイヤのシンプルな
輝きが大人の洗練を表現。

WG ×ダイヤのネックレス、「ミミウ
ンプルさに込められたラグジュアリ
して。¥115,500（クリスチャン ディ

Jill Stuart

ドーリィガールを目指すなら
キュートなラッフルドレスを。

フリルがたっぷりと施されたキュートなドレス。落ち着いたグレイをセレクト。Size 0 ¥110,250（ジル スチュアート）

Emilio Pucci

デイリーにも活躍する
シックなクラッチバッグ。

よりモダンな印象に生まれ変わったエミリオ・プッチのスエードクラッチ。本体 H17 cm ¥114,450（エミリオ・プッチ カンパニー）

Diesel Black G

フォーマルなジャケットを
ニットでドレスダウン。

デニム＆大ぶりアクセと合わせ
上級者的パーティスタイルに！
ット Size S ¥128,100（ディーゼル

Lanvin

彫刻的フォルムにリボン。
クチュール感覚のネックレス。

コレクションでもキーとなったインパクトジュエリーは、サテンのリボンでフェミニンな仕上がり。¥169,050（ランバン ジャパン）

Bally

セレブ気分に浸れるコンパクトな
ビューティケース。

裏地は花柄、ミラーもついたピンクのビューティケース。お気に入りのコスメを入れて。本体 H24.5cm ¥145,950（バリー・ジャパン）

Swarovski Jewellery

総クリスタルの輝きとピンクが
美しいクラッチバッグ。

動くたびに表情を変えるフューシャピンクのクラッチ。取り外し可能なスネークチェーン付き。本体 H8cm ¥136,500（スワロフスキー・ジャパン）

蝴蝶网 hudie.com
vimee.net

D&G

センシュアルなジュエルが輝くD&Gの新作「ウラダバッグ」。

サテン地に無数のビジューをあしらったバッグ。タッセルがポイント。本体 H21cm ¥105,050（ドルチェ&ガッバーナ ジャパン）

幸運、愛、永遠の輝きの3つの願いをかなえるペンダント。WG×ダイヤ ¥168,000（デビアス ダイヤモンドジュエラーズ ジャパン）

Sergio Rossi

どんなスタイルにもマッチ。洗練されたスティレットヒール。

上質なスエードが女をあげるパンプス。ヒール 10cm size 37 ¥115,500（グッチ グループ ジャパン セルジオ・ロッシ ディビジョン）

Tiffany & Co.

四葉をモチーフにした人気のキーペンダント。

四葉マークにダイヤを配したペンダントで幸運を手に入れて。18KYG×ダイヤのキーチャーム、チェーン 合計 ¥184,275（ティファニー・アンド・カンパニー・ジャパン・インク）

Versace

パテントの艶やかなクラッチはハードな着こなしのお供に。

ヴェルサーチらしいグラマラスなパテントクラッチ。取り外し可能なチェーン付き。本体 H12cm ¥190,050（ヴェルサーチ ジャパン）

Boucheron

スペシャルなシーンを演出するスカーフと香水をセットで。

ブシュロンの代表的な香り「ジャイプール・サファイア」とゴールドのスカーフを！ 合計 ¥108,675（ブシュロン カスタマーサービス）

Mikimoto

上品な輝きを耳元に添える シャンデリア・ピアス。

パールとダイヤの繊細な輝きが、動くたびに華やかさを演出してくれるピアス。WG×ダイヤ×パール ¥189,000（ミキモト）

Maxmara

パーティ上級者はシックなドレスをチョイス。

水彩画のような優しいタッチで描かれた花柄が落ち着いたトーンに見事にマッチ。size 42 ¥136,500（マックスマーラ ジャパン）

berto Cavalli

ルコールのTシャツでティガールに変身!

なムード満載のグリッターTシャツで、フロアの主役に！ Tシャツ size 40 50（ロベルト カヴァリ ジャパン）

Bruno Magli

シルエット美人を目指すならまずは足もとから。

ラインがきれいなスエード素材のブーツは、パテントのバックルで華やかに。ヒール 9cm size 36 ¥123,900（ブルーノマリ ジャパン）

Etro

アレンジ豊富なエトロ定番の華やかなカシミアショール。

柔らかい色使いが魅力的なカシミアショール。巻き方によってドレスアップを楽しめる。¥121,800（エトロ ジャパン）

ingle of Scotland

ーティによって印象を変える プ付きリトルブラックドレス。

に施されたジップアップでドレスの印象由自在にチェンジ。着こなしが遊べるド。size 40 ¥155,400（PMD ジャパン）

Salvatore Ferragamo

メタリックな輝きがパーティの主役をお約束!

アイコンの「ガンチーニ」モチーフのバッグは、メタリックブロンズでパーティ仕様に！本体 H19cm ¥149,100（フェラガモ・ジャパン）

蝴蝶网 hudie.com
慧美网 vimee.net

Rock Attitude

ハード&ロックなスパイスで都会的なレディを目指して!

Ann Demeulemeester

インパクト大なストールと
黒のトップが、クールな女性を演出。

ラフに巻くだけでぐっとモード感がアップするストールは、エッジィなトップとご一緒に。
トップ size M 合計 ¥106,050（オリゾンティ）

Rick Owens

普段使いにぴったりな
ソフトレザーのバッグ。

レザーアイテムに定評のあるリック オウエンス。個性を出したい人におススメしたい。
本体 H24cm ¥123,900（ブレッド PR）

Lancel

スタッズ&タッセルをアクセントに
都会的ロック・スタイルを。

着こなしを選ばない万能バッグ。スタッズをあしらったタッセルがインパクトを添えて。
本体 H27cm ¥164,850（ランセル ジャパン）

Hysteric Glam

ロックをモードに昇華。
ロング丈のライダーズジャ

ハイエンドライン、ヒステリックグラマースは珍しいロング丈のライダ
¥147,000（ヒステリックグラマー

Chrome Hearts

チェック柄のテディベアが
毎日あなたをお出迎え!

シルバーのつぶらな瞳にチェック柄。クロムハーツファンにはたまらないテディベア。
¥140,700（クロムハーツ トーキョー）

Givenchy by Riccardo Tisci

注目のトレンドアイテムを
ストラップ付きでカジュアルに。

使いこなした感がクールなクロコの型押しクラッチ。今年らしくストラップ持ちがおススメ。本体 H13cm ¥103,950（サードカルチャー）

Kris Van Assche

ハード&ロックなブーティは
80sコーデのマストハブ!

アンクルを絞ったギャザーで作ったレザーの質感が、ハードさを甘く調和させた一足。ヒール 13cm size 39 ¥171,150（ブレッド PR）

Jimmy Choo

入荷待ちのファン多数、
人気No.1アイテムを!

超人気シリーズ「スカイ」。無数のッズが洗練されたハードさを演出
H28cm ¥199,500（ジミー チュウ）

Alexander Wang

小旅行にぴったりな
A. ワンのスーパービッグバッグ!

アクセサリーラインも大人気のアレキサンダー・ワン。スーパーサイズのボストンバッグ。
本体 H42cm ※参考価格（¥100,000 相当）

Nina Ricci

三日月フォルムが個性的。
フェミニン&ハードなバッグ。

ユニークなフォルムのバッグが着こなしをスパイスアップ！ リボンがエレガンスをプラス。本体 H15cm ¥178,500（サン・フレール）

慧美 vimee.net
蝴蝶时尚 hudie.com

Coach

女女気分を堪能できる
上品なバッグ&グローブ。

クラシカルなムード満点のハンドバッグとグローブ。バッグ 本体 H32 合計 ¥150,150（コーチ・カスタマーサービス・ジャパン）

Black Fleece by Brooks Brothers

上質なシャツとカーディガンで
スクールガール風にトライ。

オックスフォードシャツ（size 1）とスノーフレーク柄のカシミアカーデ（size 1）。合計 ¥103,950（ブルックス ブラザーズ ジャパン）

Diane von Furstenberg

ボーホーシックな着こなしが
完成する便利な2アイテム。

花柄のドレスとバッグのボーホーコンビ。ドレス size 2 バッグ 本体 H31cm 合計 ¥197,000（ダイアン フォン ファステンバーグ）

hamp

ANDAM歴代受賞デザイナーとのコラボバッグ。

ポンサーを務める ANDAM の 20 周年を記念し、歴代受賞デザイナーと！ 最新作のシャルル・アナスタス（左上下）、ブレス（右上）各本体ミー・スコット（右下）本体 H35cmの 4 種を各 1 名様にプレゼント。（ロンシャン・ジャパン）

Hardy

艶がセクシーな
ームのパンプス。

ヒールでスタイルアップを実
3cm size 36 日本未展開、参考上
ステディ スタディ）

Sonia Rykiel

ボーダーのニットとマフラーで
小粋なパリジェンヌに変身！

S. リキエルの代名詞、ボーダーのニットとマフラーは赤のストライプがアクセント。ニット size S 合計 ¥107,100（オンワード樫山）

Globe-Trotter

真っ白のトランクがあれば、
白銀の世界への準備万端。

繊細なシルバーラメが輝く真っ白のトランク。キャスター付きなので移動も楽チン。H70 × W42 × D24cm ¥186,900（グローブ・トロッター ジャパン）

Stella McCartney

ステラお得意のバルキーニットで
お洒落上級者に早変わり。

存在感大のニットのジャケットは、サイハイブーツやタイツに合わせてドレスっぽく着こなして。size 40 ¥154,350（ユニット&ゲスト）

Marie-Hélène De Taillac

ハートがちりばめられた
キュートなピアス。

淡いピンク色が可憐なローズクオーツに、ゴールドのハートが躍るピアス。ぜひ、ガーリィな装いに！ ¥199,500（エムアッシュテ）

od's

ウンユースも上質の
ートンバッグで差をつけて。

ァーのトリミングが暖かな印象を与えてくる、デイリーユースにぴったりのバッグ。
体 H22cm ¥199,500（トッズ・ジャパン）

Leonard

ヴィヴィットな幾何学模様の
バッグに視線が集中！

モノトーンになりがちなこれからの季節は、明るい配色のバッグが重宝！ 本体 H26cm ¥178,500（三共生興ファッションサービス）

huaie.com
慧美 vimee.net

Missoni

老舗ブランドだからこそ実現。
ジャカードニット4点セット。

注目のニットonニットのレイヤードに最適な豪華4点セット。ミッソーニのシンボルであるカラフルなニットアイテムで、ボリュームたっぷりなウィンタールックが完成！ストール、グローブ、帽子、タイツ 合計¥120,750（オンワード樫山）

Chloé by Hannah Macgibbon

丸いフォルムが可憐な
クロエのミニショルダー。

シーンを選ばないデザインが嬉しい小ぶりな万能バッグ、「マーロウ」。本体 H15cm ¥145,950（クロエ インフォメーションデスク）

Mackintosh

ちらりとのぞくボーダーが
ハッピーなステンカラーコー

アウターの定番、ステンカラーコー
外し可能な裏地は、なんとマルチボ
size 34 ¥152,250（マッキントシュ

Kate Spade New York

ウィークエンドの思い出を綴る
ケイト・スペードの3点セット。

バッグ 本体 H23cm、財布、ノート3冊のケイトらしいポップなセット 合計 ¥101,850（ケイト・スペード ニューヨーク）

Jil Sander

ジル・サンダーの美意識を
堪能できる構築的バッグ。

構築的なシルエットがバッグの概念を超越！内側のオレンジがアクセントに。本体 H30cm 日本未展開、参考上代 ¥169,000（ジルサンダー・ジャパン）

A. F. Vandevorst

着こなしの幅が広がる
4足のタイツと超特大バッグ。

大容量のアーミーバッグと秋らしい暖色系のタイツをセレクト。バッグ 本体 H93.5cm タイツ4足 合計 ¥122,850（ブレッド PR）

Celine

フィービー・フィロによる
マニッシュなトート。

切りっぱなしのレザーと軽さが魅力
トバッグ。（11/14、セリーヌ表参道
にてフィロによる新コレクション
ュー）本体 H40cm ¥115,500 ※予
リーヌ ジャパン）

+hakoon

ドレープ使いがエレガントな
ダウンの小花柄のドレス。

ダウンのセカントライン「+hakoon」の花柄ドレスでロマンティックな気分に浸って。size 4 ¥129,150 ／（ブランドニュース）

Anya Hindmarch

秋らしいカラーグラデが
シックなショルダーバッグ。

バッグ好き注目のアニヤ・ハインドマーチ。クラッチとしても楽しめる。本体 H30cm ¥129,150（アニヤ・ハインドマーチ ジャパン）

慧美网 vimee.net
蝴蝶网 hudie.com

Photo: Midori Yamashita

ントをプレゼント。09年6月にスタートした、話題のピュアレチノールのフェイシャルを体験できる。またカージュラジャ独自のマッサージ、スイナマッサージを駆使した背中ケアで、大きく背中が開いたトレスが必合う肩甲骨をゲット！ さらに定番のフェイシャルトリートメントもついた、至れり尽くせりメニューを堪能して。ピュアレチノールN（フェイシャル）105分1回、美背スイナマッサージ（全身マッサージ）90分1回、ベーシック（フェイシャル）45分1回。合計¥108,000（2回来店）。カージュラジャ エステティックサロン 京王プラザホテル店 東京都新宿区西新宿2-2-1 京王プラザホテル南館8F www.carjurajah.jp

NARS

ファッションに合わせて、
メイクもモードカラーで彩って。

スキンケア、ブラシに加え、ナーズらしいモードなメイクカラーが揃うセット。もちろん、今秋の新色もイン！ トラベルブラシセット、ブラックアイキット、ミルククレンザー、ハイドレイティングフレッシュニングローション、ハイドレイティングモイスチャークリーム、アクアジェルハイドレイター、ザ マルティプル2色、ブラッシュ3色、ネールポリッシュN6色、シングルアイシャドー、デュオアイシャドー3色、リップスティック。合計¥109,830（ナーズ ジャパン）

Lauder

ンチエイジングで
透明感を実現。

ーダーの最高峰スキンケアライトリィブの朝&夜用クリーム。ィブ リ・クリエイション デイーム セット価格¥105,000（エー）

Yves Saint Laurent

"不老不死"の霊芝パワーで
肌を内側からパンプアップ！

YSLスキンケアの頂点に立つタン マジュール。その驚きの効果を自分の肌で実感して。タン マジュール ローション、ナイト オイル、クリームをセットで。合計¥107,100（イヴ・サンローラン・ボーテ）

SK-Ⅱ

このセットを使えば、
洗顔からベースメイクまで完成！

スキンケアの最初から終わりまで、SK-Ⅱの商品を思う存分堪能できるセット。フェイシャル トリートメント クレンジング ジェル、クレンザー、クリア ローション、エッセンス、UV プロテクション、スキン シグネチャー（美容乳液）、3D リディファイニング マスク、クリームイン ファンデーション（標準色）、アドバンスト プロテクト パウダーUV、ボディ デザイナー（ボディクリーム）。合計¥103,530（マックス ファクター）

ト総数、最多！
アナタも大満足。

ストセラーを続けるベースメイク人気のメイクアップ製品、さらにンケア製品まで網羅。メイクアップ種、コンシーラー2種、コントロ、ファンデ3種（すべて標準色）、ライナー、マスカラ、アイシャドー、リップグロス、ネイル、ネイルナー、ブラシ5種、アイラッシュ ポーチ、マッサージバーム、クレオイル、ソープ、化粧水、日焼け止め、クアップリムーバー、コットン ステ合計¥100,695（RMK DIVISION）

蜘蛛網 hudie.net

Beauty

ラグジュアリーなコスメで、心ゆくまで自分磨き!

Givenchy

今秋の限定コスメ、すべて差し上げます!

8月に限定発売した秋冬コレクション全品と、香水アンジュ デモンのホリデー
ージョン、そして珍しい真っ黒なフェイスクリームのセット。スペシャル感はピ
リップグロス、9色入りアイシャドウ2種、マスカラ、リキッドアイライナー、
ップベース、ルースパウダー、口紅2種、ネイル、アンジュ デモン テンダー オ
レ クリスタル エディション、ソワン ノワール。合計 ¥102,480 (パルファム ジ

CHICCA

今年のクリスマスは、キッカの
スキンケアとメイクで決まり!

キッカの09年クリスマス・コレクションは、大人の女性にこそふさわしい上品で繊細な色が揃う。太っ腹にも、その限定コスメを全品プレゼント! さらにブランドを代表するアンチエイジング・スキンケア4製品も一緒に。パウダーアイシャドウ、ソフトペンシルアイライナー、チーク、口紅、リップグロス、チークスポンジ(4個入り)、ローション、美容液、デイクリーム、ナイトクリーム。合計 ¥109,200 (カネボウ化粧品)

Clé de Peau Beauté

あのクレ・ド・ポー ボーテのシネルジックを堪能できるエステ

資生堂クレ・ド・ポー ボーテのエステティックサロンにて、ヨーロッパで話
とシネルジックを使ったアンチエイジング・トリートメントをプレゼント。最
今までにないエステティック体験を。シネルジック ラグジュアリー 110分 ¥
ディー スタンダード 90分 ¥24,150、ソワンデタントブールルドEX 30分 ¥8
ンデコルテ 15分 ¥5,250、ソワンブールレジュ 15分 ¥5,250。合計 ¥106,050。
ポー ボーテ サロン 東京都新宿区新宿3-15-17 伊勢丹会館・イセタン ビュー
ク2・1階 www.shiseido.co.jp/cpb-salon

Lancôme

09年のランコムを代表する
スタープロダクトが勢ぞろい。

大人気の電動マスカラと下地、さらに新しいスキンケア2製品と、ホリデイ コレクションからメイクアップ5製品をプレゼント。オシィラシオン、オシィラシオン パワーブースター、セクレ ド ヴィ ニュイ(ナイトクリーム)、ジェニフィック(美容液)、ラプソリュ ルージュ2色、オンブル アプソリュ パレット(アイシャドウ)、カラー フィーバー グロス、スパークリング シェルブ(フェイスパウダー)。合計 ¥103,215 (ランコム)

Clinique

ベスト・カップル誕生!
クリニークで仲良くスキン

保湿、美白、シワ、角質ケアなど
このスキンケア8製品は、どれ
クのベストセラー。また一緒にセ
メイクアップ7製品も使いやすい
さらにはメンズ用も充実。スキ
品に加えて、クリニークの人気香
ー」も、レディス用とメンズ用と
ント。カップルでビューティケア
で! 合計 ¥105,525 (クリニー
リーズ)

Guerlain

不朽の花、オーキッドのエキスを
肌に与える贅沢な喜び。

いまやゲランといえばオーキデといっても過言ではないほど、ファンが多い高機能スキンケア。肌細胞の再生を促し、見違えるほど美しい肌に。オーキデ アンペリアル セロムとクリームをセットで。合計 ¥105,000 (ゲラン)

vimeo.net
蝴蝶网
hudie.com

Grand Hyatt Tokyo

グランド ハイアット 東京の
スイートで極上の1泊を。

グランド エグゼクティブ スイート（100㎡）に1泊、1組（2名様）¥150,150分宿泊をプレゼント。フロアを大胆に仕切ったゆとりあるゲストルームからは、専属コンシェルジュがいてイブニングカクテルや朝食などを無料でサービスするスイート専用ラウンジ「グランド クラブ」へのアクセスも可能。グランド ハイアット 東京　東京都港区六本木6-10-3 http://tokyo.grand.hyatt.jp

Park Hyatt Tokyo

新宿の夜景をスイートから。パーク
ハイアット 東京で過ごす1泊。

パーク スイート（100㎡）での宿泊に加え、ルームサービスまたは41階ジランドールでの朝食、クラブ オン ザ パーク全施設の利用、デリカテッセンのスペシャルお土産セット付き。セレブ気分を味わって！（1泊1組2名様 ¥180,000相当 有効期限は2010年6月末まで）パーク ハイアット 東京　東京都新宿区西新宿3-7-1-2 tokyo.park.hyatt.jp

Alessi

建築家ユニットSANAAによる
スペシャルティーセット。

SANAAデザインの「フルーツバスケット」シリーズを特別セットに！ ティーポット、シュガー＆クリーマー、ティーカップ＆ソーサー（実際は4脚）、スプーン4本。合計¥112,455（アレッシィショップ青山）

a
ら、スタルクの
チェアをお届け。
タルクによる白のチェア「カブ
の座面×スティールの脚で計
フォルムが美しい。¥115,500
クスシー プライベート）

Le Creuset

ル・クルーゼから、新色マロニエ
の鍋&タジンetc.が大集合！

ル・クルーゼから秋らしい新色の鍋やタジンなどを一気にプレゼント！ タジン27㎝、ココットロンド22㎝、ココットジャポネーズ22㎝、ラムカン・フルール×4、マルチポール×4。合計¥106,000（ル・クルーゼ ジャポン）

Christofle

シルバーウェアの代名詞、
クリストフルのカトラリー。

伝統を誇るクリストフルの「ドロップ10ピース カトラリー2人用」＋ユニ ブランシュ箸2膳セット。テーブルスプーン、テーブルフォーク、テーブルナイフ、ケーキフォーク、コーヒースプーン 各×2。合計¥101,010（クリストフル ブティック 東京）

Amadana

スタイリッシュなアマダナの
オーディオ&ビデオカメラ。

アマダナからは、コンパクトなデスクトップオーディオ ¥57,750と、気軽に撮影や再生ができるポケットビデオカメラ「SAL」2台（ピンク、ブラウン）各¥19,500、USB充電電源アダプター ¥2,625をセットで。（リアル・フリート）

e.com
えるオーガニック
チェア3脚。
ン・ブルレックによるデザイ
チェアは植物的な曲線が特徴。
赤 各¥39,900（hhstyle.com

vimee.net
huaie.com

蝴蝶网

See you in VOGUE NIPPON.COM

本誌ウェブサイトにて、「10th Anniversary Collector's Edition」内の
下記の3つの内容を、より詳しくお楽しみいただけます。

1 P.142

夢の企画が実現! 総額1,300万円超えの豪華アイテム、すべて差し上げます。

98ブランドのリュクスなアイテムを一挙プレゼント!
6つのジャンルごとに、週替わりで募集いたします。

第1弾:「Statement Bags」P.142〜143 (10月27日〜11月2日)
第2弾:「Party On!」P.144〜146 (11月4日〜11月10日)
第3弾:「Rock Attitude」P.147 (11月10日〜11月16日)
第4弾:「Pieces to Live in」P.148〜149 (11月17日〜11月23日)
第5弾:「Beauty」P.150〜151 (11月24日〜11月30日)
第6弾:「The Wish List」P.152 (12月1日〜12月6日)

Photos: Hitoshi Fujimaki at Flame

2 P.214

日本が誇る素材とデザイナーが夢のコラボ! 世界にたった1つのアイテムをチャリティオークション。

誌面で紹介した一点もののスペシャルアイテム、全9つのチャリティ・オークションを開催致します。オークションの最低金額は、各¥30,000。入札式ですが、その状況は非公開で一番高い金額で入札された方にお渡しし、収益金はすべてチャリティ団体に寄付致します。
応募期間:10月27日〜11月30日

Photo: Tetsuya Niikura

※1、2 ともに詳しい応募方法は本誌ウェブサイトをご覧ください。

3 P.128

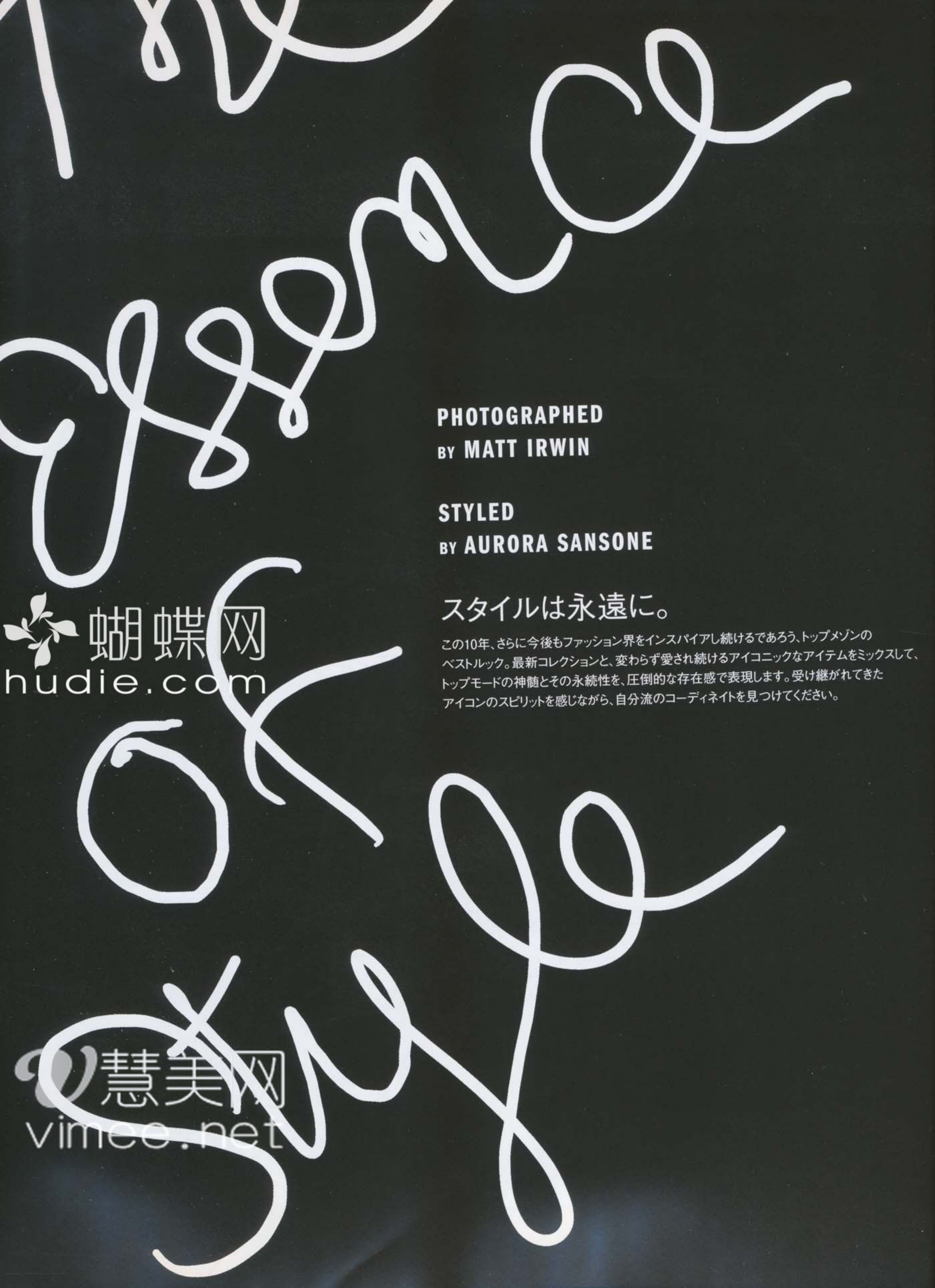
Women of the Year & Decade 2009

2009年を彩り、圧倒的な輝きを放った10人の女性たち。彼女たちのスペシャルインタビューを動画で配信いたします! 今後の目標やヴォーグ ニッポン読者へのメッセージを、生の声でお楽しみください。

Photo: Kishin Shinoyama

詳細はウェブサイトで!

www.vogue.com


PHOTOGRAPHED
BY MATT IRWIN
STYLED
BY AURORA SANSONE
スタイルは永遠に。
この10年、さらに今後もファッション界をインスパイアし続けるであろう、トップメゾンの
ベストルック。最新コレクションと、変わらず愛され続けるアイコニックなアイテムをミックスして、
トップモードの神髄とその永続性を、圧倒的な存在感で表現します。受け継がれてきた
アイコンのスピリットを感じながら、自分流のコーディネイトを見つけてください。
蝴蝶网
hudie.com
慧美网
vimee.net

蝴蝶网
hudie.com
美网
vimee.net

蝴蝶网
hudie.com
憶美网
vimee.net

意外性のミックス。

コルセットやランジェリーをデザインに取り込んだセクシーなスタイルは、ドルチェ＆ガッバーナのシンボル的イメージ。黒のシルエットでグラマラスな曲線を浮き立たせたクチュールシックなベアトップドレスは、女性の美を追求した逸品。ドレス　ネックレス　ともに参考商品／ともにDOLCE & GABBANA（ドルチェ＆ガッバーナ ジャパン）〈右ページ〉メンズライクなヘビーウールのコートをビジューやビーズで飾り、フェミニンに仕立てたプラダ。コートの上からベルトでウエストマークするコーディネイトは、ミウッチャならではの代表的スタイル。コート ¥1,044,750　スカート ¥941,850　ベルト ¥42,000　バッグ ¥485,100　ヘッドピース　シューズ　ともに参考商品／すべてPRADA（プラダジャパンカスタマーリレーションズ）　ブラ　ショーツ　ストッキング　すべて参考商品／すべてLA PERLA（ワコールお客様センター）〈前ページ〉クチュールライクなコレクションを展開したルイ・ヴィトンのインスピレーションはパリジェンヌ。ゴージャスなドレスに身を包み、伝統を刻むモノグラムのバッグに荷物を詰め、フレンチシックな旅へ出発。ベルトつきのトップ ¥304,500　スカート ¥127,050　アンクルストラップシューズ ¥133,350　バッグ（左下から時計回りに）トランク ¥698,250　ボストンバッグ ¥137,550　トラベルバッグ ¥241,500　トランク ¥2,026,500　ブーツ 参考商品　トランク ¥491,400　バッグ ¥510,300／すべてLOUIS VUITTON（ルイ・ヴィトン カスタマーサービスセンター）

蝴蝶网 hudie.com
慧美网 vimee.net

慧美网
vimee.net
蝴蝶网
hudie.com

洗練するエレガンス。

ムッシュ ディオールのミューズであったミッツァ ブリカールをイメージして作られたクルーズライン。ニュールックの時代へと思いを馳せ、メゾンのアイコンバッグであるレディ ディオールもにクラシカルなエレガンスレスで極めたい。ベルト ス ¥231,000 レディ のバッグ ¥273 ーブ ともに DIOR（クリスチャン ディオール ジャパン）イヤリング ブレスレット BIJOUX DE PARIS（ビジュー ド パリ）フェンディの代名詞ともいえるラグジュアリーなブラック クラフトマンシップが息づくファーコートは、あえてワイルドなスタイルに仕立て、瑞々しさをプラス。フェンディの新しいバッグの顔ともいえるピーカブーで、ラグジュアリーを軽やかに着こなしたい。ファーコート ¥3,163,650 ピーカブーのバッグ ¥266,700 ベルト 参考商品／すべて FENDI（フェンディ ジャパン）

蝴蝶网 hudie.com
慧美网 vimee.net

永遠のアイコン。

シャネルのツイード、カメリア、チェーンバッグ。時代を経ても愛され続けるシャネルのアイコンたち。カール・ラガーフェルドの手により、色褪せることなく現代に蘇るココ・シャネルのエッセンスは、スタンダードなスカートスーツの上にも永遠の輝きを放つ。ジャケット ¥420,000 ブラウス ¥189,000 スカート ¥210,000 ベルト ¥301,350 ネックレス ¥139,650 ジャージーのチェーンバッグ ¥263,550（金具は参考色） バッグにつけたカメリアのブローチ すべて参考商品／すべてCHANEL（シャネル）〈左ページ〉テイラーのカッティング技術を取り入れ、素材とクオリティを追求したコートやジャケットは、マックスマーラのブランドの原点。シンプルなデザインに秘められた美しさは、女性の品格を際立たせる。ジャケット セーター スカート サングラス すべて参考商品／すべてMAXMARA（マックスマーラ ジャパン）

慧美网
vimee.net
蝴蝶网
hudie.com

蝴蝶网
hudie.com
慧美网
vimee.net

vimee.net
hudie.com

洗、されたお遊び。

年シーズン豊かなバリエーション
で展開されるスカーフのカレは、
エルメスの魅力のひとつ。カレを
軽やかにインナーに纏い、リッチ
なレザーのスタイルを、エッジの
効いたハイエンドな遊びでまとめ
たい。ハット ¥99,750 トップと
して着たスカーフ ともに¥48,300
バングル（右手・上から）¥69,300
¥89,250 バッグに巻いたスカー
フ すべて¥16,800 ベージュのケ
リーバッグ ¥893,550 スカート
¥404,250 バーキンのバッグ
¥1,092,000 バングル（左手・上
から）¥89,250 ¥69,300 参考商
品 ブルゾン グローブ 二重に巻
いた腕時計（右手・一番上） オ
レンジのケリーバッグ ベルト す
べて参考商品／すべて HERMÈS
（エルメスジャポン）〈右ページ〉
ノスタルジックな香りのするリュ
クスなアメリカントラッドを創り
出したラルフ ローレン。華やか
なロングドレスにベルトやネルシ
ャツなどカジュアルさをミックス
させ、ロマンティックなスタイルを
個性的に。ドレス ¥1,260,000 ネ
ルシャツ ¥24,150 ベルト ¥61,950
ベージュのジャケット ニットのジ
ャケット ともに参考商品／すべて
RALPH LAUREN COLLECTION
（ポロ ラルフ ローレン） イヤリ
ング／JAMES FORT JEWELS

蝴蝶网
慧美网
vimee.net

蝴蝶网
hudie.com
慧美网
vimee.net

マニッシュな淑女

ティナ・チャウにインスパイアされた秋冬コレクションのグッチは、絶妙なバランスでフェミニンにマニッシュをミックスさせ、パンツスーツに凛とした女らしさを漂わせる。ブランドの伝統を受け継ぐグッチバンブーの気品を手に、よりシャープな女性像を引き立てて。バッグ ¥291,900 ジャケット パンツ ネックレス（上、中、下） 腕時計（右手） ブレスレット（左手） シューズ すべて参考商品／すべてGUCCI（グッチ ジャパン）〈右ページ〉ジョルジオ アルマーニが生み出すジャケットスタイルは、しなやかなエレガンスを醸し出し、成熟した大人の魅力を引き出す。フォーマルなジャケットにシャイニーなパンツでカジュアルダウンしつつも、小物やアクセサリーで艶感のある洗練されたスタイルを。ジャケット ¥294,000 ハット ¥108,150 パンツ ブローチとしてつけたネックレス バッグ すべて参考商品／すべてGIORGIO ARMANI（ジョルジオ アルマーニ ジャパン）

Hair: Gabriele Trezzi at CloseUp Milano
Makeup: Jessica Nedza at CloseUp Milano
Styling Assistants: Kisha Jones and Viviana Volpicella

蝴蝶网 e.com
慧美网 vimee.net

ジュエリーの生命力。

自然界で生成される石のエネルギー。そこに宿る生命力は、
時を超えた存在感と美しさを宿す。タイムレスな魅力を放つジュエラーたちが
生み出す作品は、未来へも永遠なる神秘を物語り続ける。

慧美网
vimee.net
蝴蝶网
hudie.com

蝴蝶网
hudie.com
慧美网
vimee.net

自然からの贈り物。

永遠の輝きで、古来から「月のしずく」と呼ばれてきたパール。艶やかな煌めきは、まさしく自然に育まれた美の象徴。〈左手人差し指〉PT×ダイヤモンド（0.72ct）×白蝶真珠 ¥2,625,000〈左手中指〉PT×ダイヤモンド（1.04ct）×アコヤ真珠 ¥2,415,000〈右手中指〉「ア・ワールド・オブ・クリエイティビティ」WG×ダイヤモンド（1.95ct）×白蝶真珠 ¥1,575,000〈右手薬指〉PT×ダイヤモンド（1.01ct）×白蝶真珠 ¥2,940,000／すべてMIKIMOTO（ミキモト）〈前ページ・右〉極上のダイヤモンドで象られた蝶たちが、女性の手元にそっと舞い降りる。優美な曲線と軽やかな躍動感が、魅惑の世界を作り出す。ブレスレット「オンヴォル」WG×ダイヤモンド（12.45ct）¥15,015,000 蝶のリング「オンヴォル」WG×ダイヤモンド（3.4ct）¥3,570,000 カール状のリング「オワゾード バラディ」WG×ダイヤモンド（2.01ct）¥2,299,500／すべてVAN CLEEF & ARPELS（ヴァン クリーフ&アーペル）〈前ページ・左〉うずまきをモチーフにデザイン。肌に吸いつくようなネックレスはまるで動き出しそうな生命力を秘めている。自然の力強さ、地球の英知が宿った壮大なコレクション。すべて「アレグラ」コレクションより「テーマティカ」右手につけたブレスレット 参考商品 左手につけたネックレス 参考商品／ともにBVLGARI（ブルガリ ジャパン）

慧美网
vimee.net
蝴蝶网
hudie.com

繰り返される美という形。

重厚感のあるエナメル、螺旋を描いたブレスレットは、世界中の女性に愛され続けているデザイナー、ジーン・シュランバーゼーのもの。パロマ・ピカソによるアーティスティックなリングも、圧倒的な存在感を放っている。「ロザンジュ ブレスレット」YG×ライトブルーエナメル 日本展開なし「クレイジー ツイスト ブレスレット」YG 各¥1,281,000 「コーンズ ブレスレット」YG×レッドエナメル 日本展開なし 「パロマ ゼリージュ メダリオン リング」YG ¥140,700 ／ すべてTIFFANY & CO.（ティファニー・アンド・カンパニー・ジャパン・インク）

慧美网
vimee.net
蝴蝶网
hudie.com

¥2,100,000（全手数料込）「アトリップ・モワ」YG×ダイヤモンド×シトリン（13ct）×ピンクトルマリン×ペリドット×ファイヤーオパール ¥2,100,000／すべてCHAUMET（ショーメ）

蝴蝶网
hudie.com
慧美网
vimee.net

ルティエ)

蝴蝶网
hudie.com
慧美网
vimee.net

WG×ダイヤモンド（9.1ct）×ホワイトセラミック 参考商品
〈右手〉「ウルトラ コレクション」WG×ダイヤモンド×ブラックセラミック 各¥3,633,000／すべてCHANEL（シャネル ファインジュエリー）

慧美网
vimee.net
蝴蝶网
hudie.com

¥1,449,000 〈薬指〉「アミュレットコレクション」グーグジュジュリング WG × ダイヤモンド（0.96ct）× 黒檀 ¥651,000 〈小指〉「アミュレットコレクション」アジャクナ リング WG × ダイヤモンド（1.24ct）¥651,000　すべて DE BEERS（デビアス ダイヤモンドジュエラーズ ジャパン）

Set Design: Alexis Barbera
Manicurist: Hiro
Makeup: Nori

慧美网
vimee.net
蝴蝶网
hudie.com

VOGUE NIPPON × COMME des GARÇONS

VOGUE NIPPON 12月号特別付録

ヴォーグ ニッポン×コム デ ギャルソン 創刊10周年記念 コラボ・バッグ誕生!

今年、創刊10周年を迎えたヴォーグ ニッポンは、これまで本誌を支えてくださった皆さまへ、コム デ ギャルソンとの特別コラボレイション・バッグを作りました。この10年間、さまざまな角度からモードを発信してきたヴォーグ ニッポンは、今後も美を、驚きを、喜びを、夢を、そして時には遊びを皆さまにお届けすべく、エキサイティングな雑誌として存在感を示し続けます。どうぞ、これからもヴォーグ ニッポンをよろしくご愛読ください。

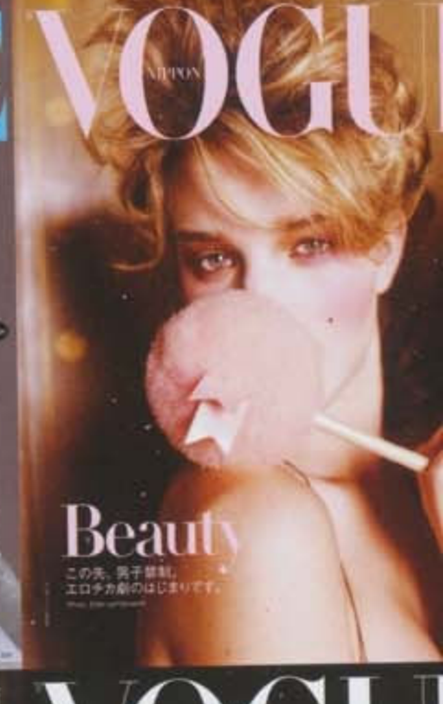
ヴォーグ ニッポン 2009年12月号
10月28日発売 特別定価¥700

vimee.net
蝴蝶网
hudie.com

蝴蝶网
hudie.com

VOGUE NIPPON

OUR Beaut



Beauty Special

1

Magic Formula

10年変わらないコスメ。

慧美网
vimeemei.com

Beauty Special

2

Fearless Decades

今後10年間に、
私たちがすべきこと。

う間に定着した。それ
リームや乳液しかなか
でさっぱりした感触で
が可能になった。その
カテゴリーを打ち立て
ィ ローダーを代表する
91年には、日中の肌の
間肌を守るように進化。
ンは、肌細胞が持つ時
、肌自体の修復機能も
0秒に1本売れている
め込んだ肌の革命児だ。
ィ ローダー）

Photo: John Akehurst 2003年10月号

10年以上もロングセラーを続けているコスメがある。
どのプロダクトも、なるほどと思う実力派揃い。
一度は使ってみる価値のある秀逸の品たちをご覧あれ。

Cutout Photos: Tsuyoshi Ogawa Text: Sumako Shimizu
Editor: Sachiko Igari

CLINIQUE

3ステップ スキンケア システム

アメリカの美容医療の大家、オラントラック博士と、当時のVOGUE編集長、キャロル・フィリップスとの対談がきっかけで、68年にクリニークが生まれたのは有名な話。日本上陸当時の78年、洗う、古い角質を取り除く、潤すという3つのステップを踏んだスキンケア法「エクスフォリエーション」の新しい考え方に、消費者がとびついた。03年にはローションに保湿効果をプラス、06年にはよりまろやかで優しい使い心地に。これも日本人の肌や気候を研究しつくした結果。現在も日本でローションが一日140本も売れているというのも納得。フェーシャル ソープ 100g ¥3,150（ソープ ディッシュ付き）、クラリファイング ローション 200mℓ ¥3,570、ドラマティカリー ディファレント モイスチャライジング ローション 125mℓ ¥6,825（クリニーク ラボラトリーズ）

SHU UEMURA

ハイ パフォーマンス クレンジング オイル アドバンスト クラシック

今では当たり前のオイルクレンジングだが、シュウ ウエムラが67年に発売するまではなかったカテゴリーだ。意外にも、初代のクレンジングオイルはアメリカからの輸入品！78年より日本で生産を始め、濃いメイクやマスカラまでもさっぱり落ちると、メイクアップ・アーティストや舞台俳優から注目され、徐々に広がっていった。他社の参入も相次ぐが、老舗はやはり強い。脂性肌や乾燥肌など肌タイプ別のオイルが誕生したり、高級ラインをつくるなど、一歩リードした処方を次々に披露。昨年9月には、洗浄力は高めつつ、より肌に優しい処方にリニューアルされた。まだまだ進化が止まらない、超ロングセラーだ。450mℓ ¥7,875（シュウ ウエムラ）

84～ 1978～ 1967～

87～ 1980～ 1974～

セロム N

は、80年代に浸透
膚医学に基づいた
が次々に生まれた
ものは、ほんの数
ッチな使い心地で
95年、99年、05年、
ているが、若い世
満足させる保湿力
。砂漠に咲く花の
独自のバイオ技術
顆粒層の接着を強
力も強める。世界
ゲランの顔だ。ま
クア ラインの製品
売れている。30mℓ

SK-II

フェイシャル トリートメント エッセンス

今や世界中で人気を博している、日本発の化粧水。いや、化粧水というよりは、潤い美容液に近い存在だ。その保湿力たるや、一度使ったら手放せなくなるほど。乾燥肌の人ほど、その効力は強い。ほとんどが独自成分、ピテラ®でできているため、発売当時から処方は一切変わっていない。このピテラ®、SK-IIの根幹をなす成分で、すべての製品に配合されている。酵母発酵の過程で生まれるピテラ®には、アミノ酸やミネラル、ビタミン類、有機酸などが含まれ、保湿やターンオーバーの正常化などに働く。その魅力は、ブランドミューズ、桃井かおりさんをはじめ、長年使い続けている人の肌を見れば一目瞭然。150mℓ 編集部調べ ¥16,275（マックス ファクター）

EXAGE

薬用スキンコンディショナー エッセンシャル

発売当時は、グランデュークというラインの中の化粧水だった「スキコン」。当時の価格は¥5,000で、超がつくほどの高級品だった。それが口コミでどんどん広がり、今では親子2代どころか、3代にわたって使っている人も多いという。何度ほかの化粧水に浮気をしても、結局戻ってしまう“スキコン・マジック”。なによりも愛用者の心をとらえて離さないのが、その独特の使用感だ。さっぱりした質感なのに肌がどんどん潤っていく。98年、ビタミンEなどを加えて薬用にリニューアル。このときに苦労したのが、使用感をまったく変えないことだったとか。もしも変えたとしたら、速攻で抗議が殺到するに違いない。医薬部外品 165mℓ ¥5,250（アルビオン）

Photo: Sofia Sanchez and Mauro Mongiello 2006年6月号

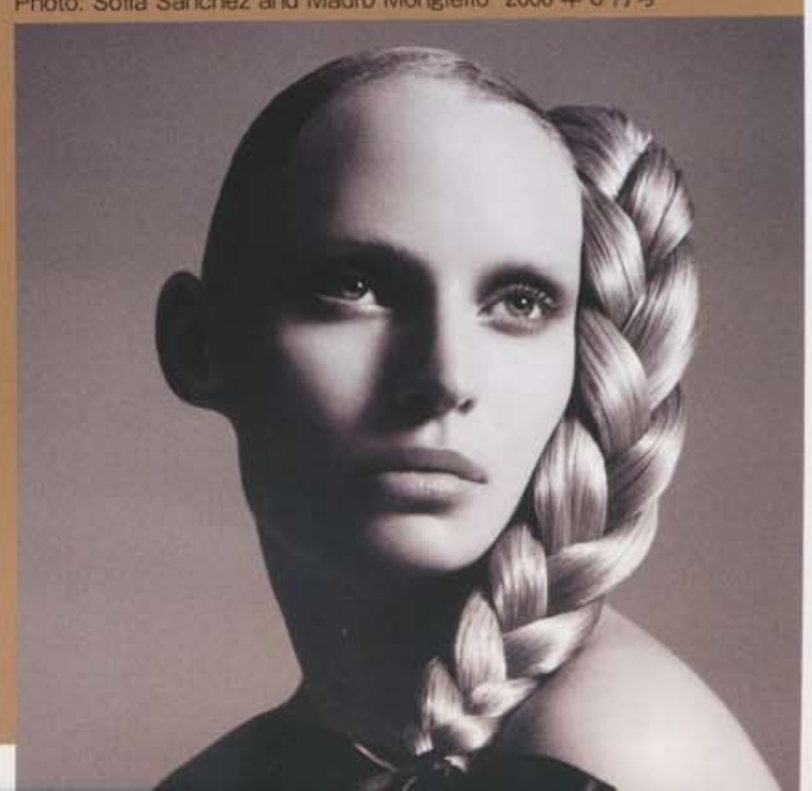


Photo: Miles Aldridge 2006年4月号

慧美网
vimee.net
蝴蝶网
hudie.com

Photo: Alex Cayley 2006年7月号

COSME DECORTE

モイスチュアリポソーム 化粧液

美容液ブームのさなかに発売され、当時と同じ処方で愛され続けてきた保湿美容液。マダム・ブランドらしいシックな紫のボトルは、誰でも一度は目にしたことがあるはず。いちばんの特徴は、並はずれた保湿力。細胞膜を構成するリン脂質でつくられたリポソームというカプセルに、ヒアルロン酸やNMF複合体などの保湿成分が詰まっている。このカプセル、何重にも重なっていて、肌表面から少しずつなじんでいき、必要な部分に保湿成分や油分を与えながら浸透していくというもの。当時の最先端技術だが、今も多くのコスメで使われている。コクのある感触と、乾燥した肌を即刻潤してくれる効果で、信頼度はバツグンだ。40mℓ ¥10,500（コスメデコルテ）

MENARD

薬用ビューネ

大人ニキビがクローズア
年代中頃から。それまで
代が中心で、このため皮
日3度の洗顔や、ニキビ
のコスメがニキビケアの
登場したのがビューネ。
用メディカルエッセンス
キビを予防するというも
ないみずみずしい感触は、
や不調肌の新定番に。そ
リニューアルされ、大人
角質による毛穴の詰まり
ーバーの乱れを防いで、
力もアップし、マチュア
に成長した。160mℓ ¥6,3

DE LA MER

クレーム ドゥ・ラ・メール

北米の上流家庭やセレブのバスルームを見ると、大型のこのクリームが置かれていることが多い。女性だけでなく、男性のアフターシェーブや子どもの肌の乾燥にと、家族全員で使っている証しだ。航空宇宙物理学者のマックス・ヒューバー博士が、実験中に負ったヤケドを治すために、12年の歳月をかけてつくり出したのがこのクリーム。北米では96年に、博士のレシピを元に発売された。日本デビューはヴォーグ ニッポン創刊と同じ99年。上陸後、あっという間に大人気クリームに。毎年、ホリデーシーズンに発売される、500mℓの大型ボトルは発売とともに売り切れるのも有名な話。肌タイプを選ばずに使える希少な一品だ。60mℓ ¥33,600（ドゥ・ラ・メール）

1999～ 1992～ 198

1996～ 198

★メイクものだって変わりません。

ブラッシュ 4013

北米発売は99年。当時、日本の美
ブリーフやクアメイクが海外で
ふさわしいピンク定番色。2001年、
日本に上陸してからも、リップの彩
り上げを担うチーク。ニュートラル
ルが自然なツヤを与え、ピーチピン
クが日本人の黄味肌になじむ。
¥2,100／NARS（ファーブル・ジャパン）

ラディアント タッチ

1993年発売。コンシーラーを使いこなすにはテクが必要という概念を覆した逸品。筆ペン状で、薄づきながらも、クマや小ジワなどのトラブルをしっかりとカバー。今も世界中で15秒に1本売れている。¥5,985／YVES SAINT LAURENT（イヴ・サンローラン・ボーテ）

CLÉ DE PEAU BEAUTÉ

ラ・クレームS

今では5万円のクリームも
ラ・クレームが発売された当時は
段だった。ところが、その効果の高さ
ターが続出。とうとう今年3月には、100万
個を売り上げた。5回のリニューアルごとに
最新の成分と技術を採用した結果だ。これひ
とつですべての悩みに対応しているというの

POLA

アペ

医学の発達とともに、
化し
理論
質と悩みにぴったりと照準
選びをするのは至難の業。
の悩みをかと解
イン。まず肌の状態と悩み
を分析して、ピッタリの

慧美网 vimeo.net
蝴蝶网 hudie.com

会認定医。東京警察病院にて研鑽を積む。美容治療から事故などで負った傷の修復手術まで行う。患者からの信頼も厚い。☎0120-766-639 www.a6-clinic.com

まで手掛ける数少ない歯科医。顔・唇・歯肉・歯を詳細に分析、患者の希望に添った治療プランを立ててくれる。☎03-3538-0888 www.nobu-dental-office.com

専門医。医学博士。聖マリアンナ医科大学大学院卒業後、北米コーネル医科大学皮膚科勤務。化粧品開発も手がける。☎03-5413-0082 www.noage-amc.com

モン治療の権威であるピール・ロージェ博士に学ぶ。日本ではまだ数少ない、ホルモン治療の先駆者だ。㈱松倉クリニック ☎03-5414-3600 www.c-matsukura.com

悩みもいろいろ

この10年で、私たち女性を取り巻く環境は大きく変化。環境破壊の深刻化や女性の社会進出で、新たな悩みに直面することになった。その一方で、美容業界は女性のニーズに応じるように、急速に進化を遂げた。10年後も、美しい"ヴォーグ"な女性であるために、今、私たちが何をすべきかを年代ごとにレポートした。

Cutout Photos: Tsuyoshi Ogawa Text: Sumako Shimizu
Editor: Sachiko Igari

10s

スキンケアの基礎中の"キソ"を学ぶ時期。

★スキンケア

肌の悩みなんてなさそうな10代だが、コスメへの関心は高いと、資生堂の松本千加子さん。「特に都会暮しの場合、美意識が高く、保湿が大切なことも知っています」と話す。洗顔後に化粧水をつけるなど、お小遣いの範囲でスキンケアを始めている子も多いとか。

いちばんの悩みは、やはりニキビ。「ニキビ肌でも、脱脂力の強い洗顔料は厳禁。マイルドなものを選んで」と、今泉明子先生。過剰な皮脂が気になるときは、Tゾーンだけを2度洗い。その後、保水力のある化粧水をつけよう。

また日焼けはどの世代でもNG。クラブ活動など、戸外に長時間いるときは、日焼け止めを忘れずに。早いうちから紫外線対策を習慣づければ、後々の肌トラブルを最小限に抑えることができる。

★美容医療

代謝がよく、皮膚の再生力が高いが、皮脂分泌が多い。このため、ニキビも多くなる。「10代は代謝が良いため、ニキビ跡も[illegible]い。早めに皮膚科に来て[illegible]ことが大切です」と、今泉先生。抗生物質やイオウローシ[illegible]など、保険適応の治療もある。[illegible]に経いピーリングを加え[illegible]治[illegible]効果はさらにアップ。

「2〜3週間に1度のピーリングとビタミンCローションや抗生物質のダラシンローションの併用がいい。3カ月で80%は治ります」と、寺島洋一先生も話す。

★歯科医療

「カリフォルニア州では、歯の検診表がないと小学校に入学できないという法律ができました」と、北原信也先生。脳の発育と歯の関連性が証明されつつあるのが根拠。食べ物をきちんと咀嚼できないと、身体の発育にも影響を及ぼす。

同時に10代の歯並びは、親の責任ともいえる。「ケースにもよりますが、私が考える歯科矯正のベスト年齢は15、16歳」と北原先生は話す。

クスチャーのサンスクリーン。プレシャスバリア サンスクリーン SPF50+・PA+++ 60㎖ ¥2,940 ／ ALLIE（カネボウ化粧品） 2. 長時 汗をかきそうなときはウォータープルーフタイプを。パーフェクト OB SPF50+・PA+++ 60㎖ ¥3,150（編集部調べ）／ ANESSA（資生堂） い部分につけるゲル状パウダー。ニキビの原因となる毛穴をふさぐ 取り除く。スポッツ シールド ゲル 50g ¥2,835 ／ RESTANCE（レス 酸などで余分な角質を除去。グリセリンなどで保湿もしっかり。アク ローション 200㎖ ¥3,990 ／ CLINIQUE（クリニーク ラボラトリーズ）

20s

の環境の変化で、多発。

★スキンケア

20歳前後でホルモンが安定し、女性としての体ができあがる。だが、ここからは気がつかないほどゆるやかに、老化が始まるのだ。「20代になると乾燥肌など、その人の肌質が大体定まってきます。自分の肌質を見極めてコスメ選びをするのが大事」と、今泉先生。20代の肌悩みは、色ムラやニキビ、毛穴の開きなどが多い。いつも使っているスキンケア製品に美白美容液など、悩みに対応するものを1品プラスするといい。

色ムラや毛穴の開き、乾燥などには、マッサージが効果的。スパに行かずとも、自分で軽くマッサージするだけで、肌表面の余分な角質が除去される。血行が促され、肌に透明感が甦る。また生活習慣も美肌を守るカギ。睡眠不足や栄養の偏りなどにも注意して。

習慣が変わったり、ストレスが増えたりするのが原因」と、寺島先生は言う。治療は10代と基本的に同じ。症状によってはピーリングの回数を増やしたり、ホルモンの影響が強い場合は低容量ピルを使うこともあるとか。

毛穴[illegible]では、レーザーや光治療、レチノイン酸などの外用薬で[illegible]できる。

★歯科治療

20代[illegible]では、正しい歯のケア法を覚えたい。いい加減なケアでも、40代に[illegible]は歯を保てるが、歯のトラブルなどに悪化し、歯のトラブルにつながる。できれば最低でも年2回、歯科医院で歯のクリーニングをしてほしい」と、北原先生。歯科医院に足を運べば、自ずと歯の状態をチェックすることになる。矯正を希望するのも20代。注意したいのが、短期間できれいな歯

1. オイルに変化するマッサージバーム。付属のスポンジミトンを湿らせて、ふき取るだけでOK。マッサージバーム 30g ¥3,990 ／ RMK（RMK DIVISION） 2. 大人ニキビや肌荒れをケアする敏感肌用化粧液。肌タイプ別に3種類。fサインディフェンス バランシングプライマー 100㎖ ¥4,410 ／ AYURA（アユーラ コミュニケーションスタジオ） 3. マグノリグナンなどを配合した、乳液状の美白美容液。スペリア ホワイトニングコンクルージョン 45㎖ ¥10,500（編集部調べ）／ BLANCHIR（カネボウ化粧品） 4. 血行促進効果のある炭酸ガスを含んだ泡で1分間マスク。その後軽くマッサージしてから洗い流す。泡マッサージケア洗顔料 170g ¥2,940（編集部調べ）／ SOFINA BEAUTÉ（花王ソフィーナ）

蝴蝶网 hudie.c
慧美网 vmee.net

Photo: Sølve Sundsbø 2009年3月号

1. 美白有効成分4MSKと、肌荒れ防止効果のあるトラネキサム酸を配合した薬用美白美容液。シミを防ぎ、透明感のある肌に。メラノフォーカスEX 医薬部外品 45g ¥10,500／HAKU（資生堂） 2. 洗顔直後につける美容液。若い肌特有のたんぱく質を作り出す遺伝子を活性化。軽い感触で保湿しながらターンオーバーを促す。ジェニフィック 30㎖ ¥10,500／LANCÔME（ランコム） 3. 加齢とともに細胞も形がねじれて活性が落ちる。線維芽細胞の形を整える成分、エレミPFAを配合。コラーゲンなどの生成を促す。エクストレム コレクシオン ファーミング セラム 30㎖ ¥16,800／CHANEL（シャネル） 4. 肌の奥からふっくらと持ち上げ、小ジワやたるみを防ぐクリーム。さっぱりした感触なのに、肌がしっとり潤う。タイム ゾーン AW クリーム 48g ¥10,500／ESTÉE LAUDER（エスティ ローダー） 5. 血管の老廃物排出を促してクマを防ぐシトルリンや、むくみを防ぐアロエベラエキスなどを配合したアイジェル。レストアイジェル 8g ¥1,575／F
6. 赤ワイン酵
水を巡らせ、
ショウブ根エ
なやかでしっ
える乳液。モ
Ⅱ 200g ¥5,25
ビオン） 7. G
ミオ・ファー
でたるみを防
月間の連続使
感。プラステ
ム 30㎖ ¥16
（パルファム

蝴蝶网
die.com

30

子育て、仕事に追われる日々。上手に集中ケアを。

一方で、大人ニキビも、まだまだなくならない。ここで肌のケアを手抜きすると、40代や50代で肌が急激に衰えてくる。

★スキンケア

この世代で注意したいのは、勘違いケアや間違ったコスメ選び。「自分のこれまでのケア法やコスメ選びに固執して、肌トラブルを起こしているのは、実はこの世代が多い」と、今泉先生は話す。

30代は代謝が落ちてきて、ターンオーバーは乱れがち。代謝が落ちれば、肌の水分保持能力も落ち、自覚がなくても、乾燥しやすい肌になっている。そこで間違ったケアを続けていると、当然毛穴の開きやたるみ、小ジワなどのトラブルとなるのだ。必要なのは、自分の肌と使用しているコスメを見直すこと。トラブルが起きるのは、何かが間違っているから。基本的にベーシックなケアは、20代の頃よりワンランク上に設定しよう。

また基本ケアに加え、美容液が必須になる。保湿プラスαの効果があるものをチョイス。たるみや小ジワが気になるなら、リフトアップ効果やシワ防止効果の美容液、くすみやシミが悩みなら、一年中美白美容液を。夏は日焼けによる色ムラ防止のため、秋冬はシミ及びシミ予備群を解消するために必要になってくる。さらに目の周りのクマ、小ジワが気になるなら、目もとの専用の美容液をプラスして。

子育て中の人も多く、仕事でも責任が重くなってくる時期なので、自分のための時間がない世代です。マスクなどの集中ケアのコスメを上手に使いましょう」と、松本さんはアドバイスする。

さらに大人「この年代で覚えておくと

慧美网
vimee.net

チャー 80g ¥15,750（編集部調べ）／SK-Ⅱ（マックス ファクター） **4.** 肌の修復力を高め、微小循環を促し、コラーゲンなどの生成を促進する美容液。スプレミヤ 49g ¥78,750／SISLEY（シスレージャパン） **5.** 血行を促すレグーエイジやコラーゲン生成を高めて美白する新型ビタミン誘導体のAPPSを配合。たるみ毛穴やシワに効果的。JSクリーム 35g ¥15,750／JEUDISURPRIS（ドクタープロダクツ） **6.** 顔から首までぴったりと貼りつく立体シートのマスク。速効でキメを整える。コンセントレートマスク 3D 35㎖×6枚入り ¥10,500／IMPRESS（カネボウ化粧品） **7.** 老化の要因である酸化を防止。シワや毛穴の開きを目立たなくする美容液。カプチュール トータル N 50㎖ ¥19,425／DIOR（パルファン・クリスチャン・ディオール） **8.** 加齢とともに真皮も表皮も薄くなる。コラーゲン生成を促すエナジーアップコラーゲンと可溶性コラーゲン配合で、弾むようなハリが甦る美容液。コラックス 65㎖ ¥15,750／MENARD（メナード）

Photo: Ben Hassett 2007年7月号

40s

てくる、エイジングの大波。

「しっかりと老化のサインが現れだすのが40代です」と松本さん。30代後半から出てくるシワやシミが、40代で「くっきり」としてくる。これは光老化の影響が、肌表面に現れてくる証拠。20代に比べて、肌のクッションとなるヒアルロン酸は半分に減ってしまう。当然肌はハリを失い、たるみが目立ってくる。さらにホルモンバランスが崩れだし、代謝も再生力も落ちてくる。

もう聞きたくないと言われそうなほどマイナス事項を並べたが、これが現実。だが、この恐ろしい事実をふまえてこそ、浮かぶ瀬もある。いつまでも若々しくあるために、何ができるか、何を目標とするかを定めよう。

★スキンケア

日常のスキンケアは、30代からさらにワンランク上のものが必要。代謝が落ちてターンオーバーが滞りがち。代謝を上げて再生力をバーするためにも、真皮のコラーゲン生成を高めたり、表皮のターンオーバーを促す成分が配合された「コスメ」を選ぶのがおすすめ。肌のキメも乱れ、オイリー肌の人でも肌の乾燥が気になってくる。特に秋から冬にかけては、肌が乾燥しがち。ここで保湿が足りないと、乾燥シワが本格的なシワへと進んでしまう。スキンケアをするときは、じっくりとパックごとに肌になじませて、このひとつだけでも乾燥がずいぶん防げる。夜なら一通りスキンケアをした後、乾いた部分がないかを確認し、触ってチェックしてみて、乾燥している部分にはクリームや乳液を重ねること。

また「40代になると、長時間外

★美容

フェイスラインが崩れ、目の下の線、目尻のシワなどが40代の女性が目立つ。「40代だからフェイスリフト手術やヒアルロンザーや光老化の注入を」と顔に近づけるのは、寺島さん。

コスメは、肌の維持プラスアルファ、やはりしかないと言う。

のゆるみが気になる人が多いが、たるみが気になるフェイスリフトアップ酸を注入するか、たるみもホルモンされていく。

今年で50代の年期の50代の「ホルモン治療する」から始めるホルモン補ん」と伊藤さん。

血液を腫瘍マーカーの後、ホルモン処方されるはもちろん防ぎ、睡

慧美网 vimee.net
蝴蝶网 hudie.com

50s

更年期の訪れ。再生医療を味方につけて。

本格的に更年期に入る50代。肌環境が激変する。血流や代謝、そして筋肉までもが衰えてくる。「使われずに萎縮した筋肉と発達した筋肉とのバランスが崩れ、フェイスラインが変化。これはマッサージで和らげることが可能」と、松本さん。また、簡単な顔の運動も効果的だそう。「リ・フ・ト・アッ・プ」と、口を大きく開け、ゆっくり一語10秒かけて発音するだけ。これは一日1回で十分。

代謝アップに効果的なマッサージも、やり方次第では逆効果に。「血管がもろくなっているので、やりすぎたり強くこすったりすると内出血を起こす」と、今泉先生。

また代謝や血流が落ちれば、当然肌は乾燥しがちに。50代以降のスキンケアの合言葉は、「一瞬たりとも乾かすな!」。肌荒れまでいかなくても、少し乾燥しただけでシワが深くなったり増えたりしてしまう。コクのあるクリームや定期的な保湿マスクでケアして。たるみやくっきりとしたシワが目立ってくる50代。レーザーや光治療では、間に合わなくなってくる。いよいよ〝メス〟の登場だ。「55歳を境に、手術が必要となってきます」と、寺島先生。

特に目立ってくるのが、眼瞼下垂。瞼の皮膚が垂れ下がって視野が狭くなり、目が小さく見えるようになる。大抵は二重の手術と同じ方法で、余分な皮膚を切り取る。しかし最近話題なのが、眉の下側のラインに沿って余分な皮膚を除く手術。治りが早く、傷跡も目立たないと注目されている。

さらに「50代は再生医療がお勧め。血小板注入や、メソセラピーで成長因子を入れると効果的」と、今泉先生は話す。血小板注入は、血小板に多く含まれる成長因子を呼び寄せ、患部の再生を図ることから生まれた治療だ。どちらも効果が出るまで2カ月程度かかるが、肌がパンと張った状態が1年以上続くという。

1. 50代以上のためのラインから、潤いマスクが登場。使用後はシワが浅くなって、肌の弾力が甦る。スープラ インテンシヴ マスク 73g ¥9,975 ／ CLARINS（クラランス） 2. 加齢によってコラーゲンに糖が結びつき、弾力が失われ、肌が黄色にくすむ。この糖化を防いで、ハリのある肌を守る。B.A ザ クリーム 30g ¥33,600 ／ POLA（ポーラ） 3. 表皮と真皮の成長因子を配合した、たるみとシワ防止のクリーム。アドバンストリジュビネーションクリーム 30g ¥12,600 ／ MUNOAGE（アドバンスト・メディカル・ケア） 4. レチノールとピーリング成分で肌を再構築する。プロディジー リプラスティ ピール コンセントレイト 30mℓ ¥16,800 ／ HELENA RUBINSTEIN（ヘレナ ルビンスタイン）

60s

フェイスリフトという手段も。まだまだやるべきことはたくさん。

★スキンケア

60代になると、たるみがより顕著になる。重力のせいで脂肪が下へと落ち、フェイスラインが四角くなり、目の周りや頬にある余った皮膚が目立ってくるのだ。

50代よりも代謝や血行がさらに悪くなることで、肌が乾燥し、肌荒れしやすくなる。美容液やクリームはたっぷりとつけるのが鉄則だ。60代用のコスメラインは少ないが、50代とコスメ選びの基準は同じ。「おすすめは、美容オイル。乾燥を防ぐだけでなく、肌につけるときに自分でマッサージもしやすい」と、松本さんは話す。

★美容医療

「60代の方は、最新美容の知識を持っていない人が多い」と寺島先生。このため、シミが簡単にとれることも知らない人もいるとか。

肝斑という種類のシミは、更年期とともに解消する。その代わり60代に目立ってくるのが、厚みのある老人性色素斑。角質が重なってシミに見えるタイプのシミで、放っておくと脂漏性角化症というイボのような状態になる。「このシミをとるだけでもキレイになるので、患者さんに大変喜ばれます」と、寺島先生は話す。

この年代でもっと若々しくありたいと思うのなら、やはりフェイスリフト手術。すぐに目に見える形で若返りの効果がある。

★歯科治療

歯科医が今勧めている運動が、「80歳で20本の歯を残そう」というもの。だが、20代からきちんとケアをしていれば、歯は当然すべて残っているはず。

「60代でいちばん喜ばれるのは、実は歯のホワイトニングなんですよ」と、北原先生は話す。

アメリカでは、高齢者向けの施術だというホワイトニング。長年使い続けてきた歯は、きちんと手入れしてあげればはんぱくる。ホワイトニングで白い歯になると、口もとがぱっと明るくなるだけで印象がぐっと若返る。

1. 肌細胞の膜を守り、細胞の再生力を高めるクリーム状マスク。週1～2回の使用で肌の潤いが増す。オーキデ アンペリアル マスク 75mℓ ¥45,675 ／ GUERLAIN（ゲラン） 2. 睡眠中に日中に受けたダメージの回復を高める夜用クリーム。朝起きたときの肌はしっとりして柔らか。AG ナイトクリーム 50mℓ ¥26,250 ／ LA PRAIRIE（ラ・プレリー） 3. 肌の再生を促す夜用クリーム。免疫力や肌のエネルギーを高める効果も。リッチな感触で肌を包みこむ。セクレ ド ヴィ ニュイ 48g ¥57,750 ／ LANCÔME（ランコム） 4. 肌呼吸を

慧美网 vimee.net
蝴蝶网 hudie.com

I Never Sleep Past Midnight

伝説のナイト・クイーンよ、今ふたたび。

1980年代、ファッション界のアイコンとして
ナイトシーンの中心人物だったティナ・チャウ。
な彼女のグラマラスでセクシーなスタイルにオマージュを捧げた
チ秋冬コレクションの世界が、2009年のイットモデル、TAOとともに蘇る。

Photos: Mariano Vivanco　Editor: Jun Ishida

蝴蝶网 hudie.com
慧美网 vimeo.net

蝴蝶网
hudie.com
慧美网
vimee.net

慧美网
vimee.net
蝴蝶网
hudie.com

慧美网
vimee.net
蝴蝶网
hudie.com

慧美网
vimee.net
蝴蝶网
hudie.com

蝴蝶网
hudie.com
慧美网
vimee.net

慧美网
vimee.net
蝴蝶网
hudie.com

ーンへ。
女王に涙は

Tina Chow

日本でモデルとしてデビューし、ティナ・ラッツの名で活躍後、マイケル・チャウとの結婚を機にロンドンへ。その後ニューヨークに移り住み、モデルとして、またニューヨーク社交界の中心人物として活躍する。1992年エイズのため死去。左は交遊の深かったアンディ・ウォーホルによるポートレイト。

グラマラスな
進化させたグ

ティナのグラマラ
ナス的なスタイル
ッチ 09-10 秋冬コ
「ティナ・コート
テントのトレンチ
め、キモノシルエ
ードレスが登場し

蝴蝶网
hudie.com

Legendary Woman

80年代のファッションアイコン、ティナ・チャウとは誰か?

Text: Akane Maekawa　Interview (Harold Koda): Yumiko Sakuma

「ティナ・チャウは枠にとらわれることなく、自分のスタイルを持った女性。その彼女のパーソナリティが、インスピレーションとなりました」。80年代のグラマラスな世界をグッチ09-10年秋冬コレクションで描いたフリーダ・ジャンニーニが、そのイメージソースとして挙げるティナ・チャウとは、モデル、ジュエリーデザイナーとして活躍し、70年代から80年代のニューヨーク社交界の中心人物となった女性だ。

1951年にドイツ系アメリカ人の父と日本人の母のもとオハイオ州のクリーブランドで生まれたティナが、モデルとしてのキャリアをスタートさせたのは、6歳のとき家族と移り住んだ日本だった。ティナ・ラッツの名で、姉バニーとともにモデルを始めると、資生堂のキャンペーンに抜擢され一躍人気モデルに。しかし彼女は、かわいい笑顔をふりまくだけのキュートなハーフモデルとしての自分には満足せず、22歳のとき単身ロンドンへと渡った。

そのティナの行動の原動力となったと変わっていった。

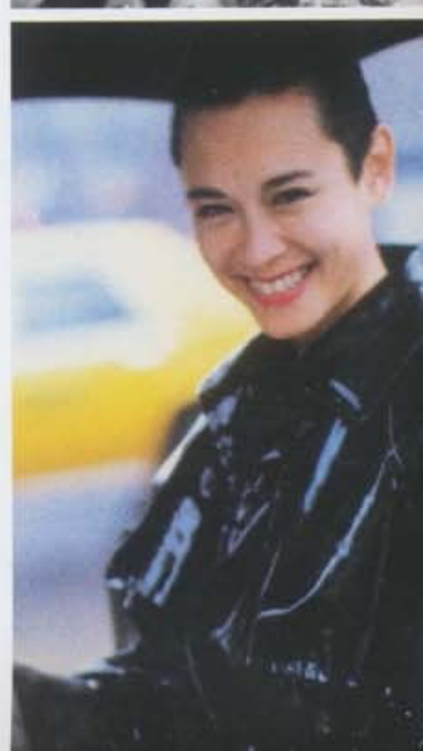
マイケルが手がけるチャイニーズレストラン「Mr. チャウ」は、当時ミック・ジャガーをはじめ、ファッション業界ではカール・ラガーフェルドなど有名人が集まる社交場となっていた。ティナはロンドンの社交界に出入りし、アートやファッション界の中心人物となる。ティナとマイケルは、1979年にアメリカで2店目となる「Mr. チャウ」をニューヨークにオープンさせたのを機に、拠点をニューヨークへと移した。ロンドンと同様に、レストランにはアンディ・ウォーホルをはじめとする気鋭のアーティストやニューヨークカルチャーを牽引するセレブリティたちが集まってきた。

オリジナリティを貫き、ファッションアイコンに。

しかしティナがファッションアイコンと称されたのは、社交界の中心にいたマイケルのおかげだけではなく、ティナ自身が自分のスタイルを貫く魅力ていた」と言う。「彼女の美しさは既存の定義にとらわれないもので、興味深いものだった。髪をショートにして個性を強調し、完璧なまでに自分だけのイメージをつくりあげていた」。ハロルド・コーダ氏が語るように、ティナは当時のモデルたちとは異なるアンドロジナスな魅力を持ち、個性的な美しさを放っていたのだ。

人々を惹き付けるティナの魅力は、誰も真似ることのできないその自由な着こなしにもある。「ティナがクリスチャン ディオールのブルーのイブニングコートを着た写真があるが、普通の女性が着ると大げさに堅苦しくなってしまうところを、彼女はブランケットかビーチタオルのように巻きつけていた。オートクチュールを着こなすときも、やりすぎた感じを出さずに存在感をみせた」とハロルド・コーダ氏は振り返る。

80年代後半になると、マイケルとは別居し、クリスタルジュエリーのデザイナーとして新たな道を歩みはじめ



蝴蝶网
hudie.com

人生の扉を開く3つの鍵。

大きな決断をするときが、人生にはいくつか訪れる。自分が手にした鍵で開いた扉は、自分だけの勲章。重なり合う勲章の輝きは、互いに呼応し、きらめきを増す。ペンダント 〈上〉ミニハートキー RG ¥35,700 スモールビーズチェーン SV ¥7,350 〈中央〉フローラルキー WG ×ダイヤモンド ¥141,750 オーバルリンクチェーン YG ¥32,025 〈下〉エクストララージオーバルキー YG ¥141,750 オーバルリンクチェーン YG ¥49,875 バングル「ティファニー サマセット」〈上から〉WG ¥177,450 YG ¥220,500 RG ¥177,450 YG ¥177,450 SV ¥59,850 YG ¥504,000 ／すべてTIFFANY&CO.（ティファニー・アンド・カンパニー・ジャパン・インク）トレンチコート ¥79,800 ／ PAUL SMITH（ポール・スミス ジャパン）

慧美网
vimee.net

The Key to Discovery

自分だけに輝く鍵を探して。

伝統を受け継ぎ、新しい扉を開く鍵として誕生した「ティファニー キー コレクション」。
常に新しい自分を探し、自らの人生を切り開いてきたモデル冨永愛。
彼女を輝かせる人生の扉の鍵を、「ティファニー キー コレクション」で綴る。

Photos: Yasunari Kikuma

hudie.com

慧美网
vimee.net

輝きのため、信じたことに突き進む強い意志。

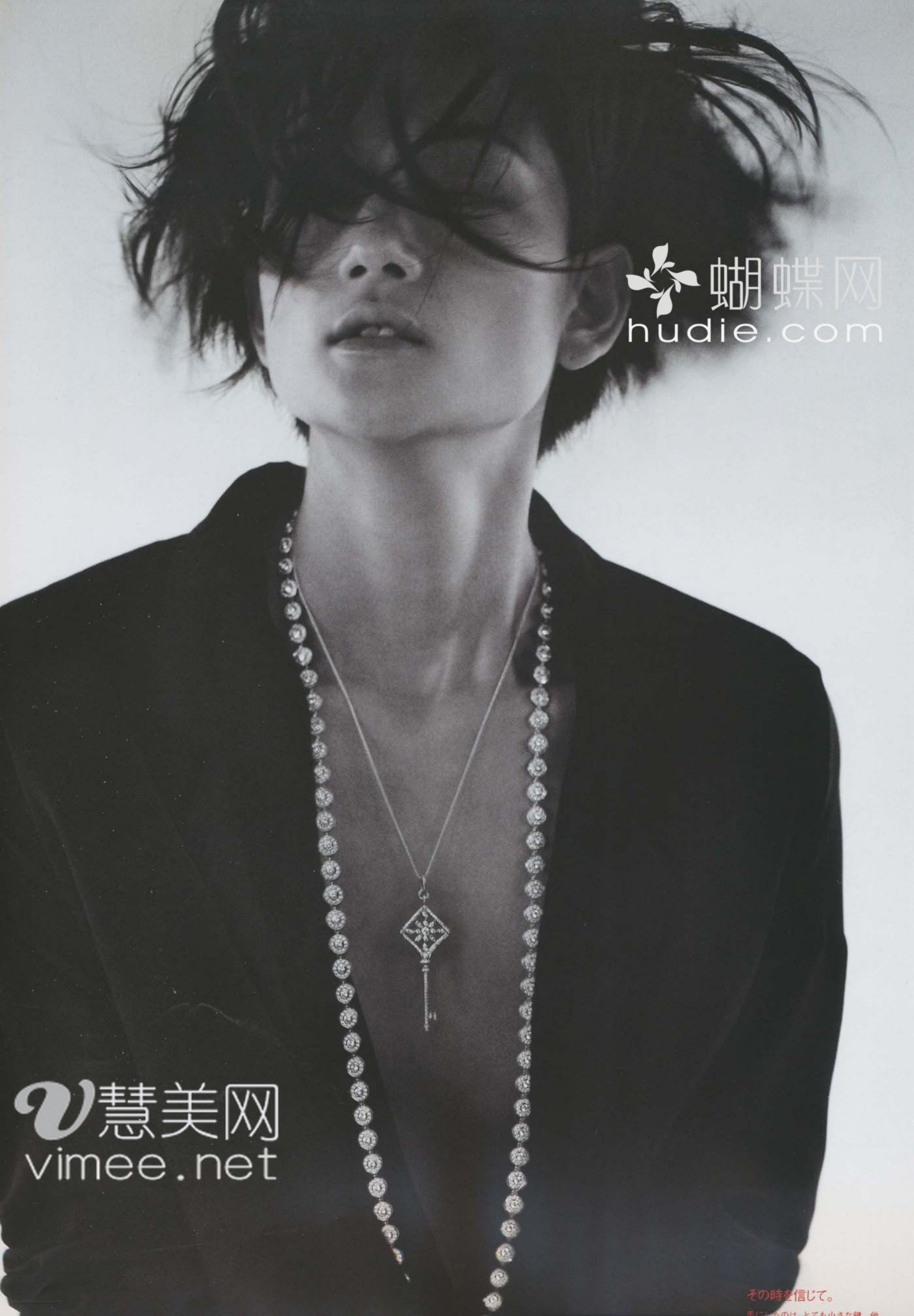
パリ、ミラノ、世界の名だたるランウェイに立ち続ける女がいる世界はなものだが、その続けるのは、ほれたモデルたちが世界でもある。けど、スタイルが自分の周りない世界。その道を切り開く持つ自分でいか割は、信じる気る」と、ウッディを引用し、彼女は「ティファニー ヨン」。ティファれている19世紀後の宝石箱や日記にインスパイアされクションだ。そこ歴史をひもときい扉を開くという決いる。冨永愛に尋ねると、3つ

「まず、15歳のときろうと決意した2000年12月号のPPONのカバーNYに行ったこと2005年に長男を出

現在では、スーパー親、セレクトショティブディレクターな顔を持つ彼女は、一歩一歩成長ジごとに何を大切択をしてきたのかさを感じる。その扉は何だろうか。

「今までは、海外だったので、こんけたいです。まず支えたい。東京にめに何かやりたいのためにできることと同時に、自分に何し続けていきたい。

冨永愛は、この使い、新しい扉を



蝴蝶网
hudie.com
慧美网
vimee.net

その時を信じて。

蝴蝶网
hudie.com
慧美网
vimee.net

自分らしさのた

刻々と過ぎ行く毎日
れて自分らしさを失

蝴蝶网
hudie.com
慧美网
vimee.net

夢の数だけ。

ときには、あまりの多くの選択肢に悩むこともあるかもしれない。でも、それは幸せなこと。選ぶことのできる鍵の数だけ、夢があるのだから。p.202〈右上から時計まわり〉ラージハートキー YG ¥71,400　フレームキー WG×ダイヤモンド×ブラックエナメルフィニッシュ ¥320,250　チェッカーボードキー WG×ダイヤモンド×ブルーエナメルフィニッシュ ¥283,500　ヴィンテージオーバルキー YG ¥113,400　ミニハートキー YG ¥35,700　クォ

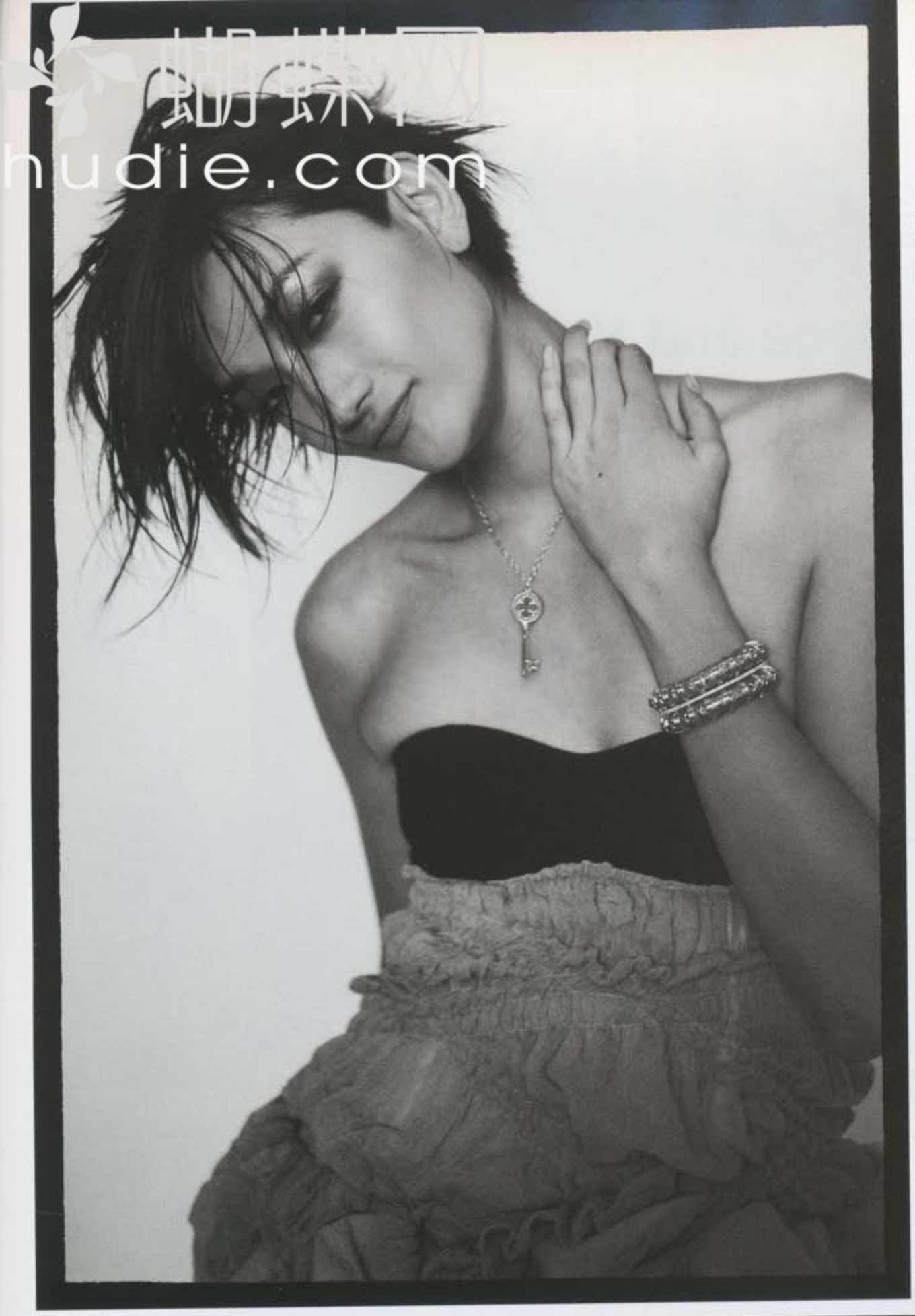
慧美网
vimee.net
蝴蝶网
hudie.com

個性の主張。

人と同じになる必要なんてない。たとえ、同じ鍵を選んだとしても、輝かせ方はそれぞれ。小さな鍵と大きな鍵を合わせて、そっと背中にきらめかせたり。自分流に楽しめばいい。ペンダント 〈上〉ミニハートキー WG×ダイヤモンド ¥128,100 スモールビーズチェーン SV ¥9,450 〈下〉エクストララージオーバルキー SV ¥28,350 ラージビーズチェーン SV ¥17,850 リング 〈右〉「ティファニー スウィング」PT×ダイヤモンド ¥525,000 〈左〉「チャネルセット」PT×ダイヤモンド ¥399,000～／すべてTIFFANY&CO.（ティファニー・アンド・カンパニー・ジャパン・インク） トップ ¥89,250 スカート ¥315,000／ともにSOPHIA KOKOSALAKI（ここのえ）

蝴蝶网 hudie.com
慧美网 vimee.net

妹妹网
hudie.com



慧美网
vimee.net

魔法のお守り

鍵が開くのは人生の扉だけじゃない。心を解き放つ、きっかけとなる鍵もある。笑ったり、すねたり、心の赴くままに、鍵はいろいろな表情へと魔法をかけてくれる。ペンダント クォーターフォイルキー YG×ダイヤモンド ¥141,750 オーバルリンクチェーン YG ¥28,350 ブレスレット〈上から〉「クロシィヨン」YG×セラミック ¥3,307,500 「ティファニー メトロ」YG×ダイヤモンド ¥8[illegible] 「クロシィヨ

Self Control

By Gene and Naoko Krell

蝴蝶网 hudie.com

10周年に寄せて——
ファッションは、アートだ。アートは、個の確立なのだ。

ヴォーグ ニッポンを創刊から支え、ルーベン・トレドら数多くのアーティストを起用し
クリエイティブ・ディレクションを手がけてきた本誌の名物エディター、ジーン・クレール。
数々のアートの誕生に立ち会い、そして現代ファッションの「生き証人」と呼ばれる彼が、
真剣に語ります。ファッションにおける最も大切なものを……。

19世紀、アメリカ哲学に大きな影響を与えたラルフ・ウォルドー・エマソンはこう言った。「優れた人間であろうとするならば、世間に迎合してはいけない」。サルトルはこう言った。「自分の意志で決断し、行動しよう」。そしてカミュは「反抗とはノーと言える人間」、仏陀は「自分の道しるべは自分」と。

実にさまざまな言い方で表現されているにもかかわらず、偉大な哲学的主張に共通しているのは、「個の重要性」であると言えるだろう。つまり「あなたの行動を決定するのはあなた自身だ」ということだ。

そうした「個の重要性」の究極の媒体が「アート」であり、それは哲学を形にし、声を与えるものだと私は考えている。

数カ月前のこと。抽象表現主義のアーティストであるマーク・ロスコの作品を見て、私は感動を新たにしていた。これまでも彼のテクニックには魅了されていたのだが、どういうわけかこのときの体験は違っていた。なぜか？　それはこのとき初めてロスコがダヴィンチからレンブラントに至る巨匠たちの画法を踏まえたうえで自らの画を描いていることや、荘厳さを神秘と優美そのものの感情的なものに昇華する彼の能力など、そのすべての関連性を理解したからだった。

多くの人々はロスコの作品を精神的、抽象的と呼ぶが、実際のところそれが彼の目を通した「世界」なのである。私はそれに気づいて言葉を失い、しばし呆然とした。そこには力、深遠さ、葛藤というアートが持ち得る人の心を動かすための要素がすべて存在していたからだ。しかるに、アートに潜む神秘性をよりよく理解するためには、改めてよく見てみることがいかに大切か、を思い知ったのである。

さて、ロスコの作品がファッションにいったいなんの関係があるのか？ と思う人もいるかもしれない。しかし実際問題、大ありなのである。なぜなら、ファッションもいつだってニュアンスと方向性を示しながら、大衆文化の形成に一役買ってきた独自の思想家、哲学者を輩出してきたものなのだから。そして誰がなんと言おうとファッションは、アートだからだ。

私はアートやファッション、美のなかにたびたび神性を見ることがある。アフリカのボディ・スカーリングやマオリ族の「モコ（刺青）」は、いわば身体に施したアートだ。しかしその本質はプリミティヴで純粋なものである。自分が何者で、どんなことを考えているかを明らかにするための方法でもある。自らの強さや弱さに向き合う唯一無二の存在である個人として、どんなことを考えているかについてを明らかにする手段なのだ。

また、18世紀に、自らの誇りを勝ち取るため赤のタータンチェックを纏って群勢を率いたスコットランド独立の志士、チャーリー王子の戦いに代表されるように、ファッションは反乱という概念をも視覚化している。確かに、与えられた枠組みに収まっていれば、選択を誤ることもない。だがより重要なのは、大衆的な神話や規範、概念を変えること、他に選択できる道を探り、それを受け止め、また提供するということなのではないだろうか？　そしてその結論を導き出そうとする試みが、我々の歴史なのである。

シャルル・ボードレールは、ダンディズムについてのすばらしいエッセイのなかで、「ダンディ」をこう定義した。「個人として立つ孤高の人間である」と。

つまり、私たちのもっとも核となるところにある、自己表現のそれぞれの手法を重視せよ、と彼は説いているのだ。そしてその手法を私は「セルフコントロール」と呼びたいと思う。

実を言えば、私はこの現代の社会情勢を憂慮している。今の社会が我々人類や、本能に従って行動する我々の能力に与える影響が心配だからだ。いまどきの新しいテクノロジーは、文化に何らかの良い影響を与えているのだろうか？　私たちはテクノロジーの恩恵を過大評価していないだろうか？

文化も、個人の考えも、その時代を形づくっているものである。我々はけっしてそれを見失ってはならないし、我々自身が生きてゆく方向性を決する立場にあるのだという教えを遵守してゆかなければならない。これは不変である。

決して失われることのないもの、そして常に失われるもの……それが「セルフコントロール」なのだから。

壹美网 vimee.net

Ruben's Lucky Girls

独特のカラフルな色彩とユニークな感性で、創刊時から現在まで10年にわたってモードを描き続けてくれているイラストレーターのルーベン・トレド。彼の描き下ろしたアーカイヴの一部をヴォーグ ニッポンがピックアップしました。躍動感とユーモアあふれるイラストで10年間のモードを振り返ってみましょう。そして裏面は、鏡リュウジさんによる「2010〜2019年 ラッキーデイ・カレンダー」。あなたの10年分のラッキーデイが一目瞭然です!
次の10年に向けて、ポスターとして切り離して活用してください。

Illustrations: Ruben Toledo
Creative Editor: Gene Krell

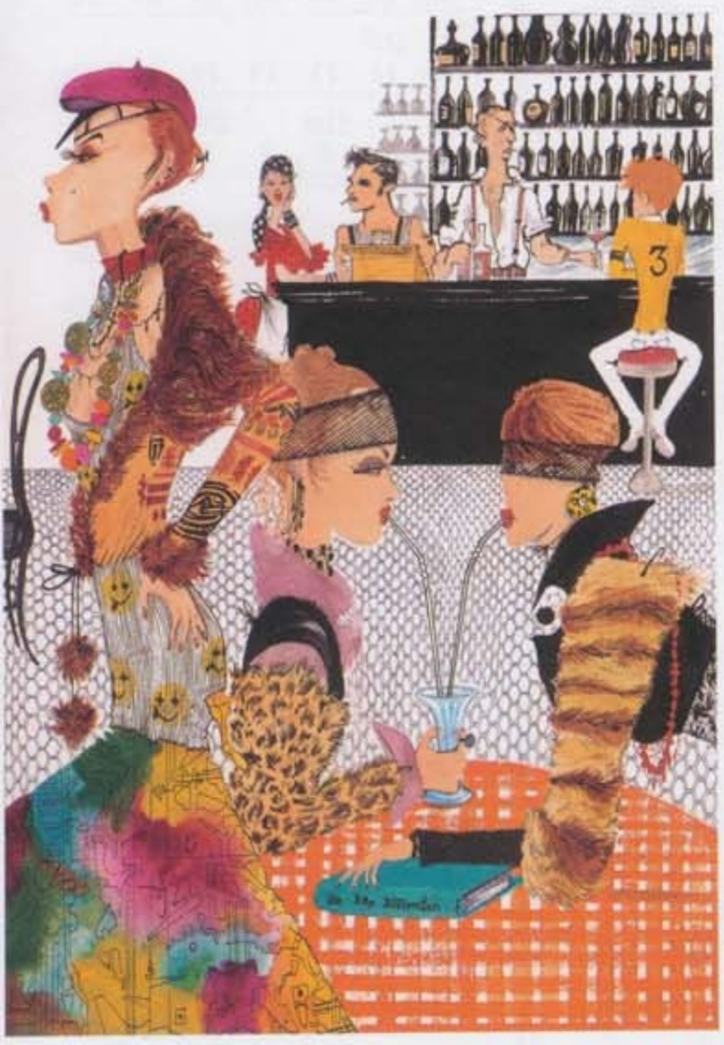
蝴蝶网 hudie.com
慧美网 vimee.net

May, 2008

Special Spring Issue, 1999

February, 2005

March, 2004



December, 2001

April, 2009

February, 2003

October, 2006

April, 2006

vimee.net
蝴蝶网

Dear Ruben,

親愛なるルーベンへ

あなたとイジィー（妻、イザベル・トレド）が変わらず元気でいることを願いながら手紙を書いています。

ヴォーグ ニッポンが11年目に突入し、私たちの友人関係が約30年を迎えることとなりましたが、あなたの作品はいつも個性的で素晴らしく、私を圧倒させなかったことは今まで一度もありません。ヴォーグにいつも特別な意味を与えてくれ、そして日本だけでなく世界中の読者たちから共鳴を呼んでいるのです。“Ciao Ciao Bambina”（今でも私のお気に入り）から、“Fashion Stamps”、そして素晴らしいポストカードになった“Muffy Bingham”……。どれも、真のクリエイティブとは何かを私たちに見せてくれるものでした。

スタッフ全員に代わり、ありがとうと感謝の気持ちを述べさせてもらいます。でもこれだけでは気持ちを伝えるのに不十分なのはよくわかっています。これからの10年間も私たちはコラボレイションし続けるでしょう。そして10年経った頃にやっと、私の夢は実現することでしょう。

蝴蝶网 hudie.com
慧美网 vimee.net

ENGLAND 1759

慧美网
vimee.net

250年ブランド。

AN ENGLISH CLASSIC
WEDGWOOD
250
SINCE 1759

蝴蝶网
hudie.com

www.wedgwood.jp（オンラインショッピング） 03-5458-5684

キャンドルホールカメオ（ホワイト）／¥5,775（税込）

“Vogue” What it Means to be

蝴蝶网

“ヴォーグイズム”とは?
そして、“ヴォーグな女”とは?

117年もの歴史を持つヴォーグを振り返ると、そこには必ず“女性”がいる。
時代を切り開く女性、品格や身のこなしにおいてロールモデルになる女性、
誰よりもパワフルな女性。数々の「ヴォーグ・ウーマン」たちを振り返れば、
きっと、私たちに大いなる希望と情熱を与えてくれるはずです。

Editors: Maki Hashida, Yaka Matsumoto

〈左より〉88年よりアメリカ版の編集長を務めているご存じ、
ウィンター。ダイアナ・ヴリーランドは、60年代にアメリカ
集長を務め、黄金期を作り上げた伝説的存在。アヴァンギャル
ファッションで異彩を放ち、イタリア版のエディターとして
るアンナ・ピアッジ。14～52年の間、アメリカ版の編集長
エドナ・ウールマン・チェイス。現フランス版の編集長は、
なスタイルを貫くカリーヌ・ロワトフェルド。カリーヌの
～01年に編集長を務めたジョアン・ジュリエット・バック。

Anna Wintour

Diana Vreeland

Anna Piaggi

Edna Woolman Chase

Carine Roitfeld

Ju

ヴォーグを彩る、歴代「ヴォーグ・ウーマン」たちの功績を振り返る。

Creative Editor and Text: Gene Krell

ひと言でいうならば、“最前線にいる”ということ。「ヴォーグ・ウーマン」について語るとき、現実よりも神話のほうが多いから、修正あるいは調べ直しが必要だ。まずは、事の始まりからみていこう。

創刊は1892年、アーサー・ボールドウィン・ターナーの監修による週刊誌だった。彼が1909年に亡くなると、雑誌はコンデ・ナスト氏率いる同名の会社が受け継ぎ、我々が現在知っている「ヴォーグ」の形を取り始める。文化人のナストが思い描いていたのは、当の本人、ナスト自身を表現する雑誌だ。ファッションだけでなく、アート、政治、文学、旅も含めてライフスタイル全般も取り上げ、エリート主義よりもセンスを追求した。エリート主義とセンスの間には大きな違いがある。つまり、センスは金で決まるとは限らないということだ。それどころか金はほとんど関係ない。

ファッションの概念を変えたヴリーランドやピアッジ。

「ヴォーグ・ウーマン」を象徴する女性は誰かといえば、1914年から52年まで編集長を務めたエドナ・ウールマン・チェイスだろう。チェイスは聡明で教養があり、勤勉な女性で、編集長となるや雑誌のあり方を大きく方向転換させた。

ーランドである。個性的というのはまさにヴリーランドのことで、彼女はチャーミングでウィットに富み、ダイナミックだった。ルールというルールを打ち破り、女性は自分に自信を持つべきだという考えを熱く提唱した。彼女は言ったものだ――「鼻にこぶがあったって、いいじゃない」。ヴリーランドはヴォーグを現代女性のエッセンスにしたのだ。文化を愛し、イーヴリン・ウォー、あるいはクリスチャン・ベラールといった当時のアーティストたちと交友関係を持ち、ツィギーやイーディ・セジウィックのようなモデルを誰もが知る有名人に、そしてジャッキー・ケネディのようなアイコンの誕生に一役買った。ファッションをはるかに超えるファッションの概念を喚起した人物を挙げるなら、それはダイアナ・ヴリーランドをおいてほかにいないだろう。

フレンチ・ヴォーグの元編集長ジョアン・ジュリエット・バックは、学者にして小説家、女優、弁護士であり、PEN（国際ペンクラブ）や映画俳優組合の正会員だ。ベストドレッサーという殿堂にも入り、複数の言語を流暢に操る。まさに、貴重な時間を一瞬たりとも無駄にしないオールシーズン対応の女性。ヴォーグは、伝統と現代性が表すもの、この重要で、特別なものの礎石を守り続けてきたのだ。

なくない。ご存じ、アメリカン・ヴォーグのアナ・
ーなど、ヴォーグの編集長たちは数多くの慈善活動
ているが、そのことはほとんど知られていない。彼
それぞれのコミュニティで行っている活動は賞賛に

「ヴォーグ・ウーマン」、それは自分自身。

ファッションとは一人ひとりの存在の欠かせない
私は思う。人生と同じように、時には失敗もある。
我々も疑問に思うことはある。だがすぐに失敗に気
める。ヴォーグの仕事は、そういうことで成り立っ
では、ヴォーグ・ウーマンをひと言で言うならば、
性なのだろう？ それは皆さん自身だ。ヴォーグ・
は無知な女性ではない。聡明で、物事をよく知って
熱的で、思いやりのある女性ではないだろうか。母
れないしキャリアウーマンかもしれない。その両方
ともあるだろう。あらゆる意味においてのスタイル
り、しかし決してスタイルにこだわりすぎない。紅
しぐさから、部屋に入るときの動作まで、イメージ
し、恐れずにそのことを言う。自分の気持ちを話し、
に耳を傾けるべきタイミングもわきまえている。だ

アート＋究極のコミュニケーション
ミウッ　に学び、相方への印象と
　ヴォ　な女を目指したい。

お手本となるスタイル・アイコンたちの生き方や、厳選されたファッション・ルールをヒントに、女を磨き上げましょう。

Cutout Photos: Hitoshi Fujimaki at Flame　Stylist: Emi Ogura

1 鏡を見る時間を大切にする。

自分に本当に似合うものを知ること。それが、スタイルのある女になるための第一歩。ベイブ・ペイリーもジャクリーヌ・ケネディも、鏡に映る自らの姿を徹底的に研究することで、自分に最適の色やシルエット、素材をみつけていった。『地獄に堕ちた勇者ども』(69) のシャーロット・ランプリングの眩い姿をお手本に、鏡を味方に女度をアップして！

2 旅だからこそ気を抜かず。ジェットセッターは、旅支度もお洒落に、センスよく。

各国の編集長やエディターたちは、毎シーズンのコレクションで、ミラノやパリ、NY を巡回するが、トランクもワードローブも決して手を抜かない。ヴォーグ的ジェットセッターであれば、いくら忙しいショートトラベルでも、バカンスでも、旅支度には万全の準備を図りたい。パスポートケースやトラベルクロックも、一つは自分の定番を持っていて。

1. イニシャルを自分でカスタマイズできるトランク、「モン・モノグラム・ペガス 55 トローリー」¥366,450 ／ LOUIS VUITTON（ルイ・ヴィトン カスタマーサービスセンター）2. トラベルクロック ¥176,400 ／ BOTTEGA VENETA（ボッテガ・ヴェネタ ジャパン）3. パスポートケース ¥199,500 ／ HERMÈS（エルメス ジャポン）4. コンタクトケース ¥42,000 ／ PRADA（プラダ ジャパン）

3 Black is Forever。黒は女の永遠のカラー。

「私は何を着ればいいか完璧にわかってる。そこから逸脱しないことが大切なの」と言うのは、“黒の女王”、カリーヌ・ロワトフェルド。またココ・シャネルは、黒を「すべてを含む絶対的な美」と表現した。黒という色は一見とてもやさしそうだが、実は究極にハイレベルな、まるで女性そのもののような存在。纏う喜びを実感できる永遠のカラーなのだ。

1. ジャケット ¥362,250 ／ BALMAIN（エイトミリオン 銀座ゲイツ店）2. ウォッチ「セラミカ クロノグラフ」¥359,100 ／ RADO（スウォッチ グループ ジャパン ラドー事業部）3. ドレス ¥392,700 ／ BALMAIN（エストネーション）

4 ールは自信を くれる最高のパートナー。

セックス・アンド・ザ・シティ』
ェシカ・パーカー扮するキャリー。
イヒールでマンハッタンを駆け巡
く間に世界中の女性たちの憧れの
た。もちろん、ヒールが高ければ
洒落というわけではないが、ハイ
いて颯爽と歩ける女性には、自立
ピリットを感じるのは確かだ。

パイソンのマルチカラーパンプス ヒール 10 cm ¥76,650 ／ JIMMY CHOO（ジミー チュウ）

5 文化は貪欲に吸収。文化人との交流は人生のスパイスです。

フランスの劇作家、脚本家として知られるマルセル・アシャールとココ・シャネル（右）。アンディ・ウォーホルとイーディ・セジウィック（左）――文化人とファッション・アイコンはいつの時代も強く求めあう、最良の“同志”だった。カルチャーへの情熱をもち、深い教養で自らの内面を豊かにするのもスタイルのある女性にとって大切なステップなのだ。

蝴蝶 hudie.com
vinee.net

蝴蝶网
hudie.co

「自分のスタイル」は貫きながら、トレンドの足し算も楽しむ。

「短い髪に大きなサングラス、袖なしのコンパクトなドレスを着れば、私のスタイルは完成よ」。夫メル・ファーラーとの外出時も、“オードリー・ルック”できめていたヘプバーン。彼女に倣い、自分を最高に魅力的に見せるスタイルをみつけたら、それをとことん貫いて。トレンドはスパイスとして適度に効かせる――それがヴォーグ・ウーマン流。

3

2

1. デニム ¥39,900 ／ DIE
ーゼル ジャパン） 2. チ
クレス ¥49,350 ／ VON
（ザ・ウォール ショー
パテントとファーの
¥1,691,550 ／ GUCCI
ャパン カスタマーサ
ラインストーン付きタ
¥52,500 ／ DOLCE &
（ドルチェ＆ガッバーナ
5. ピアス ¥30,450 ／
BIJOU（リステア） 6
ブーツ ヒール 14cm ¥
PHI（リステア）

5

4

6

8

柄を愛し、自在に操り、誰よりも似合う女になる。

柄もののワンピースはコーディネイトいらずの便利なアイテムだが、柄そのものを選ぶ段階がお洒落の分かれ道だ。女性らしい優雅な花柄と、70s 調のジオメトリック柄、モダンアートのようなポップなモチーフ柄では全く異なる女性像。まずは自分の個性にマッチするのはどんな柄なのかを把握しておくことが大切。お洒落はパーソナリティの投影なのだから。

シルクジャージーのプリントドレス ¥294,000 ／ LEONARD（三共生興ファッションサービス）

9

7

定番のデニムで、ハードとグラマラスを兼ね備えたロックをモードに追求する。

クールな孤高のカリスマ、パティ・スミスや、妖精のようなスウィートさを持つマリアンヌ・フェイスフル。彼女たちのように情熱的なロックなマインドを心のどこかに持っていたい。ファッションで表現するならば、定番のデニムをリュクスなライダース JK とヒールの高いシューズでグラマラスに昇華。仕上げにはアクセやスパンコールで輝きをプラスして。

12

慧美网
vimee.net

時代を切り開く精神をもって生きる。

露出はセクシーよりも“セダクティブ”がモード。

セクシーを武器にするのが若者だとするならば、大人の女は“セダクション（魅惑）”を追求すべき。ベアトップやマイクロミニといったアイテムは、絶妙なバランス感覚で肌の露出を楽しんで。セダクションな女性像に関して、「自信に満ちた女」と述べたのはダイアン・フォン・ファステンバーグ。年齢問わず、自信こそが美しい露出スタイルの源なのだ。

1. ミニスカート ¥40,950 ／ JILLSTUART（ジルスチュアート） 2. リボンベルトとブローチのついたビュスチエ ¥80,850 ／ D&G（ドルチェ＆ガッバーナ ジャパン）

1

10

11

3

と定義する。表現したい世界へ
強く表現し続けることこそ年齢に
抗っている秘訣かもしれない。

蝶网 hudie.com

そして審美眼の持ち主であれば、夢の世界のようなドレスこそリアルに纏いたくなるはず。

14

女をアピールしないで、女の魅力を放つ方法を知っている。

マニッシュの中に宿るフェミニニティ。たとえシンプルな黒のパンツスーツを纏ったとしても、どこかに色気を感じさせる女性でいたい。そのためには、自分の内面にフェミニンとマスキュリンを兼ね備えなければならない。ファッションにおいても、シルクのインナーやシャイニーなアクセでどこかにフェミニンなエッセンスを加えたスタイルを目指して。

1. ジャケット ¥48,300 中に着たサテンのトップ ¥22,050 2. ワイドパンツ ¥24,150 ／すべて CK CALVIN KLEIN（オンワード樫山） 3. ビジューブレスレット ¥52,500 ／ BLUMARINE（ブルーベル・ジャパン）

ショッキングピンクのパフスリーブドレス ¥388,500／DOLCE & GABBANA（ドルチェ&ガッバーナ ジャパン）

16

時にはルールを打ち破り、タブーを恐れない女になる。

ダイアナ・ヴリーランドは赤やヘビ柄を偏愛し、アンナ・ピアッジは「いくつものアイテムをユーモア交じりに組み合わせるのが私流」と語って誰にも真似できない独自のスタイルを創造する。たとえ周りから色眼鏡で見られようとも、トレンドに逆行しようとも、ルールを恐れずに自分の信念を貫く精神も時には必要。それこそが“スタイル”なのだから。

1. パイソンプリントのコート ¥151,200／DRIES VAN NOTEN（TFC） 2. フロッキー加工のベロアドレス ¥372,750（予定価格） ベルト ¥42,000（予定価格）／ともに PRADA（プラダ ジャパン） 3. パンプス ヒール 12.5 cm ¥112,350／LANVIN（ランバン ジャパン）

心の鏡。美意識の
と体を保つ。

っても、どんな服でも着こなす体
ていたい。それはファッションを
が願うこと。50歳を超えてなお、
肉体美を保つだけでなく、さらに
強靭さに磨きをかけ続けるマド
さにヴォーグな女性の代表格。彼
強さと日々の努力を見習って、心
々、鍛え続ける女性を目指そう。

慧网 vimee.net

18

17

恋をするたびに女を磨く。

映画監督ジョセフ・フォン・スタンバーグや、『狂恋』(47) で共演したジャン・ギャバン（写真）ほか、多くの著名人との恋を繰り返し、その都度、女優として、また女性として輝きを増したマレーネ・ディートリッヒ。作家ヘミングウェイは、「彼女は愛について誰よりも知っている」と語った。恋は女の肥やし。そう思える恋ならば、生涯していたい。

自分を高めてくれ、心から信頼できるパートナーをもつ。

スタイル、そして生き方において、互いに影響を与え合い、高め合える相手こそが、最良のパートナー。イギリス国王の座を捨て、ウォリス・シンプソンとの愛を貫いたエドワード公爵は、妻を「妃殿下」と呼び、極上の宝飾品をプレゼントすることで、エレガントな彼女への愛情を表現し続けた。ファッションに加え、男性の審美眼を磨くことも忘れずに。

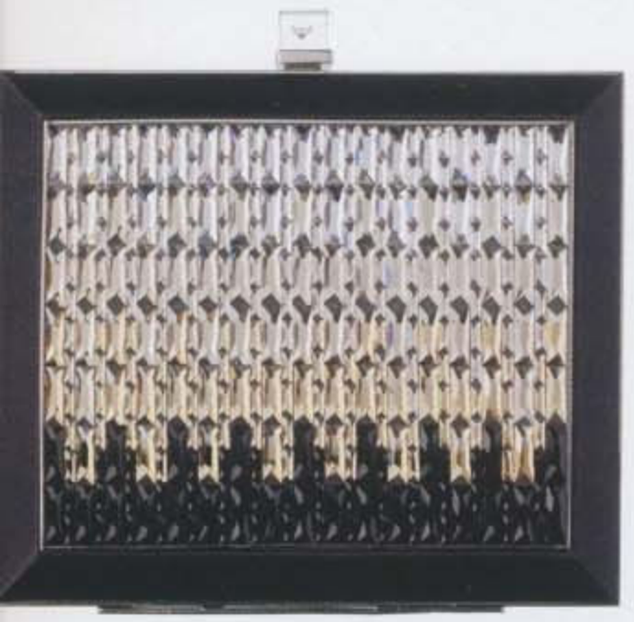
1. ネックレス（パリ・モスクワ コレクション）ラインストーン×パール×レジン ¥754,950 ／ CHANEL（シャネル）2. ネックレス「サティーヌ」WG×ダイヤモンド ¥172,410,000（予定価格）／ BOUCHERON（ブシュロン カスタマーサービス）

19

20

バッグの中身は下着の如く。開けた時にセンスがわかる。

デイリーバッグもパーティ使用のクラッチも。バッグそのものはもちろんのこと、手帳や財布、カードケースなどの中身にも徹底的にこだわり抜く。大きさや目的に応じて入れるアイテムもその都度変え、自分の気に入ったものだけをきちんと収納して持ち歩くこと。ランジェリー同様、開けたときにこそ、その人の本質的センスがわかってしまうものなのだ。



1. ポシェット ¥59,850 ／ MIU MIU（プラダ ジャパン）2. 手帳 ¥122,850 ペン ¥56,700 しおり ¥10,500 ／すべて HERMÈS（エルメスジャポン）3. ポーチ ¥199,500 ／ LUCIEN PELLAT-FINET（ルシアン ペラフィネ 東京ミッドタウン店）4. バッグ 本体H35cm ¥110,250 ／ COACH（コーチ・カスタマーサービス・ジャパン）5. クラッチバッグ 本体H15.5cm ¥483,000 ／ DANIEL SWAROVSKI（スワロフスキー・ジャパン カスタマー・リレーションズ）6. ルージュ「アリュール」¥4,095 ／ CHANEL（シャネル）7. カードケース ¥38,850 ／ LEIBER（リステア）8. コインケース ¥26,250 ／ MARC JACOBS（マーク ジェイコブス カスタマーセンター）

21

ファインジュエリーもコスチュームジュエリーも同等な価値だと思える。

生涯に一度買えるか買えないかの、ダイヤなどの宝石をあしらった高価なファインジュエリー。そして、1930年代にシャネルが先駆けとなって上流階級の伝統を打ち破り生み出した、コスチュームジュエリー。ともに同じ価値観でもってモードに纏いたい。値段にとらわれず、互いの魅力を理解した上で使い分ける人こそ、本物の女性といえるだろう。

男を惑わすためでなく、女を上げるために香水をまとう。

「香りは自分のスタイルを完成させるための雄弁なコスチューム」だという信念のもと、女性が自己表現の手段として纏える香りを求め、N°5をつくらせたというココ・シャネル。マリリン・モンローもその香りの愛用者だった。誰かのためにではなく、自身のエレガンスを演出する最後の仕上げの微薬として、常に“正しく”香水を纏える人でありたい。

22

1. NYの注目デザイナー、ジョセフ・アルツザッラ。2. ソーシャライトのC.オリンピア・デラルが靴のデザインをスタート。パンプス ヒール13cm ¥115,500 ／ CHARLOTTE OLYMPIA（ルシェルブルー銀座店）

23

24

ノブレス・オブリージュを実践する気高さを忘れない

新しい才能を常に探求

世界にたった1つのアイテムをチャリティオークション。

艶やかなリボンに、輝くパール、味わい深いブルーデニム。
際立つクオリティで世界を魅了する日本の素材が、
9人のトップデザイナーをインスパイアし、
世界でたった1つのファッションアイテムが生まれました。
ヴォーグ ニッポン創刊10周年を記念したドリーム・コラボレイション。
その結晶は、発売日より、チャリティオークションにかけられます。

Photos: Tetsuya Niikura Stylist: Rena Semba
Cooperation: Tomoyo Matsui
Editors: Maki Hashida, Junko Hirose, Tomoko Suzuki

Erickson Beamon

Dries Van Noten

蝴蝶网
hudie.com
慧美网
vimee.net

ンのオートクチュール」と
れ、シャネルやルイ・ヴィト
プラダ、ランバンなど、世界
ランドの厚い信頼を得ている
”のリボン。京都のつづれ
職人を父に持つ創業者が東京
こしたリボンメーカー。それ
界的な成功へと導いたのは2
木馬常務でアーティスティ
ディレクターの渡辺敬子氏の
が大きい。ギフトの飾りか髪
ぶくらいの用途しかなかった
ンに色やデザインのバリエー
ンを持たせ、ファッション性
えたのだ。1990年より年2回、
を詰めたスペシャルリボンパ
ージを世界中のデザイナーや
エイターに送るという、独創
プロモーション活動も功を奏
木馬”のリボンは深く着実
ップモードの世界に浸透して
た。毎年創作される新作は約
点。現在のアイテム数は5
にも及び、買い手はそのすべ
らシーズンに関係なく好きな
を選ぶことができる。今回、
通りの「リボンの宝庫」から
スピレーションを受けて、5
デザイナーが美しい作品を創
くれた。〈右から時計回り
いろいろな色のリボンをパッ
ークしたマルチカラーのトー
ッグはドリス ヴァン ノッテ
ドリスらしいモダンエスニッ
テイストが光る作品だ。スト
ラップにもリボンが使われている
のもポイント。バッグ 本体 H38
cm／Dries Van Noten ヴィンテ
ージライクなネックレスを作った
のはエリクソン ビーモン。ラン
ダムな3連のチェーンにサテンや
ラメ、ベルベットのリボンでで
た存在感のあるコサージュがあし
らわれている。ゴールドとシルバ
ーのミックスが生み出す深みのあ
る表情も素敵。マノロ・ブラニク
がチョイスしたのはカーキ色とタ
ーコイズのサテンリボン。グラフ
ィカルで大胆なストライプのパン
プスができ上がった。太いアンク
ルストラップもリボンの魅力をア
ピールする大きな見せ場になって
いる。靴 ヒール 11cm、サイズ 37
／Manolo Blahnik 濃淡のピンク
色のリボンがロジェ・ヴィヴィエ
の魔法で大輪のローズにメタモル
フォーゼ。ストラップとインソー
ルはみずみずしい葉を思わせるグ
リーン。クラシックなクチュール
テイストのサンダルは、飾っておき
たいくらいの美しさ。靴 ヒール
12cm、サイズ 37／Roger Vivier
お得意のジュート巻きのウエッジ
ソールは、ピンクに小さな白のドッ
トのサテンリボンでおめかし。ど
こか50年代のフランス女優のム
ードが漂うサンダルは、タウンでも
リゾートでも活躍しそう。靴 ヒ
ール 12cm、サイズ 37／Christian
Louboutin

慧美网
vimee.net
蝴蝶网
hudie.com

蝴蝶网
hudie.com
慧美网
vimee.net

with

TASAKI pearls

光彩を放つパールの輝きで、今宵はドレスアップ。

Benoit

Stephen Jones

"TASAKI" はパール、ダイヤモンド、カラーストーンを扱うジュエリーブランド。日本の美しいパールの代名詞として世界的にも知名度が高い。現在は国内に約50の店舗を有するほか、海外でもアジアを中心に約50店舗を展開し

セサリー。すべて本物の「あこや真珠」が使用されていて、幾重にも巻いた真珠層が繊細な色彩と上品な光沢を放つパールのエッセンスは"TASAKI"の「あこや真珠」の魅力があますことなく発揮されたもの。こんなスペシャルな一品はウ

慧美网
vimee.net
蝴蝶网
hudie.com

Shop List

あ

RMK DIVISION	0120-988-271
アスプレイ ジャパン	☎ 03-3575-8635
アドバンスト・メディカル・ケア お客様サービスセンター	0120-260-386
アナ スイ心斎橋ビッグステップ店	☎ 06-6528-5077
アニヤ・ハインドマーチ ジャパン	☎ 03-5496-8619
アマン（NOTIFY）	☎ 03-6805-0527
アモーレパシフィックジャパン	0120-570-057
アユーラ コミュニケーションスタジオ	0120-090-030
アルビオン	0120-114-225
アレッシィ ショップ青山	☎ 03-5770-3500
イヴ・サンローラン・ボーテ	0120-006-912
ヴァレンティノ インフォメーションデスク（VALENTINO GARAVANI）	☎ 03-3263-6391
ヴァン クリーフ&アーペル	☎ 03-3569-0711
ヴィヴィアン・ウエストウッド インフォメーション（VIVIENNE WESTWOOD ACCESSORIES, VIVIENNE WESTWOOD, VIVIENNE WESTWOOD GOLD LABEL）	☎ 03-5791-0058
ヴェルサーチ ジャパン	☎ 03-5766-9100
hhstyle.com 原宿本店	☎ 03-3400-3434
エイトミリオン銀座ゲイツ店（BALMAIN）	☎ 03-6228-5151
エスティーム プレス（GARDEN TOKYO, MOTONARI ONO, SAPHIR EAST）	☎ 03-5428-0928
エスティ ローダー	☎ 03-5251-3386
AS-ME エステール（FOREVERMARK）	0120-155-310
エストネーション（BALMAIN）	☎ 03-5159-7800
エトロ ジャパン	☎ 03-3406-2655
エミリオ・プッチ カンパニー	☎ 03-5410-8992
エムアッシュテ（MARIE-HÉIÈNE DE TAILLAC）	☎ 03-5468-2703
エルメスジャポン	☎ 03-3569-3300
オリゾンティ（ANN DEMEULEMEESTER）	☎ 03-5428-6701
オンワード樫山 お客様相談室（CK CALVIN KLEIN, MISSONI, SONIA RYKIEL）	☎ 03-5476-5811

か

花王 ソフィーナ	☎ 03-5630-5040
カッシーナ・イクスシー プライベート	☎ 03-5464-7060
カネボウ化粧品	0120-518-520
カルティエ カスタマー サービスセンター	0120-301-757
グッチ グループ ジャパン イヴ・サンローラン ディビジョン	☎ 0570-016655
グッチ グループ ジャパン セルジオ・ロッシ ディビジョン	☎ 0570-016600
グッチ ジャパン カスタマーサービス	☎ 03-5469-6611
クラランス	☎ 03-3470-8545
クリスチャン ディオール（DIOR, DIOR FINE JEWELRY）	☎ 03-3263-2266
クリストフル ブティック 東京	☎ 03-3499-5031
クリニーク ラボラトリーズ	☎ 03-5251-3541
クロエ インフォメーションデスク（CHLOÉ BY HANNAH MACGIBBON）	☎ 03-4335-1750
グローブ・トロッター ジャパン	☎ 03-5464-5248
クロムハーツ トーキョー	☎ 03-5766-1081
ケイト・スペード ニューヨーク	☎ 03-5467-1932
ゲランお客様窓口	0120-140-677
コーチ・カスタマーサービス・ジャパン	0120-556-936
ここのえ（SOPHIA KOKOSALAKI, VIKTOR & ROLF）	☎ 03-5794-9931
コスメデコルテお客様相談室	☎ 03-3273-1676
コティ・プレステージ・ジャパン	☎ 03-5413-1062
ゴンドア（TORQUATA）	☎ 03-6383-1854

さ

サードカルチャー（ERICKSON BEAMON, GIVENCHY BY RICCARDO TISCI）	☎ 03-5448-9138
ザ・ウォール ショールーム（VON KOTTIWITZ）	☎ 03-5774-4001
三喜商事（HAIDER ACKERMANN, MAURIZIO PECORARO）	☎ 03-3238-1398
三共生興ファッションサービス（ FONARD）	☎ 03-6418-0783
サン・ブレール（ALBERTA FERRETTI, NINA RICCI）	☎ 03-3265-0251
シスレージャパン	☎ 03-5771-6217
資生堂インターナショナル	0120-81-4710
資生堂お客様窓口	0120-81-4710
ジミー チュウ	☎ 03-5413-1150
シャネル（香水・化粧品）	0120-525-519
シャネル（ファインジュエリー）	☎ 03-3501-5730
シャネル（ファッション）	0120-525-195
シュウ ウエムラ	☎ 03-6911-8560
ショーメ	☎ 03-3613-3188
ジョルジオ アルマーニ ジャパン（GIORGIO ARMANI）	☎ 03-6274-7070
ジル スチュアート	☎ 03-5467-1827
シンゾーン表参道（BALMAIN, MY D'ARTAGNAN）	☎ 03-5774-1450
スウォッチ グループ ジャパン ラドー事業部	☎ 03-6254-7331

ダミアーニ ブティック東京	☎ 03-5537-3336
ディーゼル ジャパン（DIESEL, DIESEL BLACK GOLD）	0120-55-1978
ティファニー・アンド・カンパニー・ジャパン・インク	0120-488-712
ディプトリクス ショールーム（KAREN WALKER）	☎ 03-3409-0089
デビアス ダイヤモンドジュエラーズ ジャパン	☎ 03-5524-6055
ドゥ・ラ・メール	☎ 03-5251-3541
ドクタープロダクツ	0120-109-996
トッズ・ジャパン（ROGER VIVIER, TOD'S）	0120-102-578
ドルチェ&ガッバーナ ジャパン（D&G, DOLCE & GABBANA）	☎ 03-6419-2220

な

ナーズ ジャパン	0120-356-686
日本橋三越本店 6 階宝石サロン（FOREVERMARK）	☎ 03-3274-8828

は

ハウス・オブ・ブライトリング銀座 by ISHIDA	☎ 03-3289-1884
バカラショップ 丸の内	☎ 03-5223-8868
バリー・ジャパン	☎ 03-3234-5160
バルファム ジバンシイ	☎ 03-3264-3941
バルファン・クリスチャン・ディオール	☎ 03-3239-0618
PMD ジャパン（PRINGLE OF SCOTLAND）	☎ 03-5212-1816
ヒステリックグラマー	☎ 03-3478-8471
ヒラオインク（UGO CACCIATORI）	☎ 03-5771-8809
ファンケル	0120-35-2222
フェラガモ・ジャパン（SALVATORE FERRAGAMO）	0120-202-170
フェンディ ジャパン	☎ 03-5414-6762
ブシュロン カスタマーサービス	☎ 03-5537-2200
プラダ ジャパンカスタマーリレーションズ（MIU MIU, PRADA）	0120-559-914
ブランドニュース（AKIKO OGAWA, DOO. RI, JASON WU, +THAKOON）	☎ 03-3797-3673
ブルーベル・ジャパン（BLUMARINE）	☎ 03-5413-1050
ブルーベル・ジャパン 香水・化粧品事業本部	☎ 03-5413-1070
ブルーノマリ ジャパン	0120-857-855
ブルガリ ジャパン	☎ 03-6362-0100
ブルックス ブラザーズ ジャパン（BLACK FLEECE BY BROOKS BROTHERS）	☎ 03-3403-4990
フルラ 銀座店	☎ 03-5524-5570
フレッド／ LVMH ウォッチ・ジュエリー ジャパン	☎ 03-3263-9413
プレッド PR（A. F. VANDEVORST, KRIS VAN ASSCHE, RICK OWENS）	☎ 03-5428-6484
ヘレナ ルビンスタイン	☎ 03-6911-8287
ホアキン・ベラオ南青山本店	☎ 03-3498-7667
ポーラお客さま相談室	0120-117-111
ポール・スミス ジャパン	☎ 03-3486-1500
ボッテガ・ヴェネタ ジャパン	☎ 0570-000-677
ポロ ラルフ ローレン	☎ 03-5412-8700

ま

マーク ジェイコブス カスタマーセンター（MARC JACOBS）	☎ 03-4335-1711
マッキントッシュ ジャパン	☎ 03-3589-0260
M・A・C（メイクアップ アート コスメティックス）	☎ 03-5251-3541
マックス ファクターお客様相談室	0120-021-325
マックスマーラ ジャパン（MAXMARA）	☎ 03-5467-3700
ミキモト	☎ 03-5550-5678
メナード	0120-164-601
木馬	☎ 03-3864-1408
モスキーノ・ジャパン	☎ 03-5413-1830

や

ユーロモーダ（PAULE KA）	☎ 03-5798-7265
ユニット & ゲスト（STELLA McCARTNEY）	☎ 03-3710-3107

ら

ラ・プレリー	0120-223-887
ランコム	☎ 03-6911-8151
ランセル ジャパン	☎ 03-5213-0365
ランバン ジャパン	☎ 03-3289-2782
リアル・フリート（AMADANA）	☎ 03-5774-0947
リステア（CHRISTIAN LOUBOUTIN, LA MOME BIJOU, LEIBER, MAISON MICHEL, PHI, QEELIN）	☎ 03-[illegible]3-3708
ルイ・ヴィトン カスタマーサービスセンター	☎ 03-[illegible]478-2100
ル・クルーゼ ジャポン カスタマーダイヤル	[illegible]-3585-[illegible]
ルシアン ペラフィネ 東京ミッドタウン店	☎ 03-[illegible]-8333
ルシェルブルー銀座店（CHARLOTTE OLYMPIA）	☎ 03-3[illegible]-0202
レスタンス カスタマーセンター	0120-122746
ロエベカスタマーインフォメーションサービス	☎ 03-57[illegible]75-[illegible]011
RoC お客様相談室	0120-834169
ロベルト カヴァリ ジャパン	0120-47-8080

vinc.net
蝴蝶网 die.com

蝴蝶网
hudie.com
慧美网
vimee.net

本体952円　雑誌 07896-11 Ⓛ-2009/12/26
Printed in Japan by Toppan Printing
4910078961195
00952